



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação

O laboratório Globo News TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade

Fabiana Pereira Fróes

Rio de Janeiro
2008

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação

FABIANA PEREIRA FRÓES

O laboratório Globo News
TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade

Rio de Janeiro
2008

Fabiana Pereira Fróes

O laboratório Globo News
TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Escola de Comunicação da Universidade Federal
do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos
necessários à obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Cristina Rego Monteiro
da Luz

Rio de Janeiro
2008

Fróes, Fabiana Pereira

O laboratório Globo News TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade
/ Fabiana Pereira Fróes. Rio de Janeiro, 2008.

141f

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2008.

Orientador: Cristina Rego Monteiro da Luz

1. Internet 2.0. 2. Participação - interatividade. 3. Televisão.

I. Rego Monteiro da Luz, Cristina (Orient.). II. Universidade Federal
do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

Fabiana Pereira Fróes

O laboratório Globo News
TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade

Trabalho de conclusão de curso submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação jornalismo.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2008

Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz, ECO / UFRJ

Profa. Fátima Lucia Reis Belchior

Prof. Ms. Augusto Gazir

AGRADECIMENTO

Obrigada à incrível equipe do “Entre Aspas”, que me adotou e forneceu todas as explicações necessárias à elaboração deste trabalho. Obrigada também ao apresentador Marcelo Barreto, que me fez ver a interatividade com outros olhos. Por fim, mas não menos importante, obrigada à minha orientadora, Cristina, que além de ajudar durante todo o processo, me apresentou ao autor que mais norteou este trabalho, Nicholas Negroponte.

“Being digital will change the nature of mass media from a process of pushing bits at people to one of allowing people (or their computers) to pull at them. This s a radical change, because our entire concept of media is one of successive layers of filtering, which reduce information and entertainment to a collection of “top stories” or “best-sellers” to be thrown at different “audiences”. (...) The information industry will become more of a boutique business. Its market place is the global information highway. The customers will be people and the their computer agents” (Nicholas Negroponte, 1995)

RESUMO

FRÓES, Fabiana Pereira. O laboratório Globo News TV 2.0: “Entre aspas” e a interatividade Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

O presente trabalho tem como alvo uma análise da interatividade, ou seja, da diversificação do fluxo da informação dentro da televisão, com base em um estudo de caso mais aprofundado do programa “Entre Aspas” da Globo News. Foi traçada uma breve história do canal de televisão com a intenção de mostrar como a estrutura funcional da Globo News, desde sua concepção original, fez dela um grande laboratório experimental. Estamos vivendo uma nova era, onde qualquer pessoa com um computador na mão tem o potencial para ter todas as informações do mundo, o que faz com que a TV busque encontrar seu diferencial para retomar e manter sua audiência. O trabalho mostra como as ferramentas deixadas de herança pela web 2.0, que permitem a colaboração dos internautas, também produtores de conteúdo, permitiu que TV começasse a abrir espaço para que seu público também pudesse interagir. Assim tornou-se possível o processo de comunicação audiovisual num fluxo de informações em mão dupla, ainda que de forma embrionária.

INTERNET 2.0, PARTICIPAÇÃO, TELEVISÃO, INTERATIVIDADE

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

2 GLOBO NEWS – UMA HISTÓRIA EM TEASER

2.1 Relativizando o slogan: “Para ter opinião é preciso informação”

2.2 O laboratório Globo News

3 INTERATIVIDADE – UM PEQUENO BRIEFING

3.1 Web 2.0 e o jornalismo participativo na Internet

3.2 A Interatividade na televisão via computador

3.3 As possibilidades de interatividade no futuro da televisão

4 O CASE “ENTRE ASPAS” E UMA TENTATIVA DE “TV 2.0”

4.1 Pequenas reviravoltas na concepção de um programa

4.2 A equipe e a estrutura funcional do “Entre Aspas”

4.3 A produção e a edição

5 UMA IDÉIA, VÁRIOS “PORÉNS”

6 REFERÊNCIAS

7 ANEXOS

1. INTRODUÇÃO

Não importa o tipo de conteúdo produzido, as mídias tradicionais começam a entrar em colapso assim que elas deixam de ser novidade e o ser humano, desfeito do encanto inicial, volta a ter necessidade de interação. (NEGROPONTE, 1995) Por isso, o futuro das mídias, sejam elas pequenas ou grandes, está na interatividade, ou seja, na capacidade que elas terão de permitir a participação do seu público alvo no processo de produção de conteúdo.

A natureza dos seres humanos necessita de integração, de comunicação, (NEGROPONTE, 1995) e a internet, que foi o primeiro meio de comunicação a se tornar customizável, atendeu a essa necessidade humana como nenhum outro. A internet permitiu que as pessoas tivessem acesso à informação e entretenimento, e também que pudessem se comunicar e assim saciar sua necessidade básica. A rede funciona como correio, telefone, jornal, rádio e até como uma TV. Mas fundamentalmente, a internet foi além: permitiu que as pessoas, até então totalmente excluídas dos processos de comunicação das mídias tradicionais, pudessem agregar valor ao que antes era apenas consumido.

A teoria da comunicação consistia num fluxo de mão única, onde os emissores produziam conteúdo e os receptores recebiam a mensagem através de um canal. Com a internet, o fluxo passou rizomático e bilhões de receptores passaram a ser também bilhões de emissores. A grande questão é que essa brecha aberta fez com que as pessoas pudessem fugir um pouco da mídia tradicional para uma nova mídia onde, além de ter acesso a informação e entretenimento, elas podem também se expressar.

O jornalismo, em especial o jornalismo televisivo, foi um dos segmentos mais afetados, pois as pessoas sentem uma necessidade grande de dar sua opinião (KOLODZY, 2006) e, assim, produzir conteúdo. A TV já tinha causado impacto no público dos jornais e nas rádios quando

surgiu, porque possuiu o maior encanto de todos ao unir imagem e som. (NEGROPONTE, 1995)

Agora foi a sua vez de ser impactada, depois de muitos anos em um lugar intocável na “cadeia alimentar” dos veículos de comunicação. Por isso o jornalismo televisivo foi escolhido como objeto de estudo deste trabalho. A intenção é mostrar como a Globo News, um canal de jornalismo 24 horas por dia, fez para tentar manter e ganhar sua audiência nesse novo contexto social. Numa realidade em que a maior parte de seu público telespectador¹ tem um cotidiano corrido, e acesso a todas as informações a qualquer hora, não só por causa da internet, mas também pela facilidade de acesso a ela através de aparelhos convergentes de telefonia móvel, a TV teve que encontrar uma forma de competir com essa nova estrutura. (KOLODZY, 2006)

Com essa percepção, os profissionais de televisão, a serviço de uma estrutura muito arcaica enquanto aparelho eletrônico, viram que a forma de atender às necessidades interativas de seu público, seria utilizando a internet, como aliada. A rede já havia conquistado um grande papel na vida dos jornalistas modernos como meio de apuração, mas passou também a admitir que a audiência pudesse fazer parte da máquina jornalística, ou seja, permitiu a interatividade do público em sua programação.

Esse trabalho não tem a pretensão de englobar tudo o que já existe em termos de interatividade de dentro da TV, nem mesmo em âmbito nacional. Faremos um estudo de caso mais aprofundado e daremos alguns outros exemplos. Começaremos com uma breve história do canal Globo News, de sua origem e de como ele foi pensado para ser um laboratório experimental da Rede Globo. Veremos mais adiante que essa estrutura com caráter experimental

¹ De acordo com a divisão de programação da TV Globo (CGPG), o público de telespectadores da Globo News é definido por pessoas de classe média alta, acima dos 30 anos, com alto nível de escolaridade. Essas pessoas assistem o canal em busca de informação, mas acima de tudo em busca de informação diferenciada e qualificada. Pela condição econômica, esse público tem acesso a internet, muitas vezes não só pelo computador, mas também por outros meios, como telefones celulares e palm tops. Isso significa que esse público está dentro do que a autora Janet Kolodzy (2006) define como uma audiência já saturada, com acesso a milhares de informações e que precisa de estímulo, de algum tipo de diferencial, para ser alcançada.

foi fundamental para a concepção de um programa totalmente voltado para o formato interativo, o “Entre Aspas”. A escolha desse programa foi baseada na especificidade de se vender como um modelo de informação voltado para a colaboração de seu público.²

Antes de fazer uma análise da interatividade dentro da TV, fez-se necessário explicar o que seja a Web 2.0 e como as suas ferramentas foram deixadas de herança para a colaboração fora do nicho da internet. Não temos tampouco a intenção de explicar tudo sobre o assunto, já que não era o mote do trabalho, apenas dar alguns exemplos e expor um resumo de como surgiu e em que consiste a web 2.0.

Passaremos então a fase de expor outros exemplos de interatividade dentro da TV brasileira. Os exemplos escolhidos foram o “Redação Sportv”³ e o *Happy Hour*⁴. Para isso foi feita uma entrevista com o apresentador Marcelo Barreto e outra com a coordenadora de produção do GNT, Valéria Amaral, de maneira a entender a estrutura funcional dos programas e a interatividade que eles disponibilizam. As entrevistas foram fundamentais, já que forneceram informações indisponíveis em livros e que podem servir como fonte para outras pessoas interessadas em entender e estudar o mesmo assunto.

Ainda dentro do mesmo capítulo faremos algumas conjecturas acerca do futuro TV digital, que acaba de ser implantada no Brasil. A base dessas projeções foi um estudo de como se deu a implementação da TVi em outros países e nesse ponto os livros de Nicholas Negroponte serviram como um norte dentro da pesquisa.

Por fim, o estudo de caso do programa “Entre Aspas”. Munidos de todas essas informações sobre mudanças estruturais em termos tecnológicos e sociais, podemos ter uma

² Ver a definição institucional do programa “Entre Aspas” e de todos os programas da Globo News em anexo.

³ “Redação Sportv” é um programa de mesa redonda que discute o jornais de esporte do dia. Ele vai ao ar de segunda a sexta das 9:30hs as 11hs no Sportv.

⁴ “Happy Hour” é um programa de bate papo informal com três entrevistados que falam sobre um tema de comportamento. Ele vai ao ar de segunda a sexta às 19hs no GNT. O slogan do programa é “Uma bate papo descontraído com diferente pontos de vista. Inclusive o seu”.

visão da estrutura do programa e da interatividade que propõe, não só como ela se apresenta, mas também o que permite o seu exercício. Para isso, foram feitas três entrevistas fundamentais de maneira a entender cada etapa do processo.

A primeira foi com o editor-executivo do programa, Gustavo Gomes, e nessa pudemos perceber as especificações da linha editorial. A segunda com a produtora Julia Lemos, para entender o processo de produção e por fim, a última, com a apresentadora Maria Beltrão. Essa foi fundamental para a compreensão de como a interatividade afeta o trabalho do jornalista que faz uma conexão direta com o público, afinal é a apresentadora quem media as participações.

Reforçamos aqui que o objetivo era estudar a interatividade implantada na TV paga através do programa “Entre Aspas”, por isso, alguns assuntos abordados apenas respaldam as questões vinculadas a compreensão do nosso foco principal. Ressaltamos também que o mundo da participação é amplo e ainda está em pleno desenvolvimento, e não temos a pretensão de esgotar o tema com esse trabalho. Também por essa condição de processo ainda aberto, a bibliografia relacionada diretamente a interatividade na televisão é muito escassa. Há muito o que se estudar sobre esse novo e fascinante campo do jornalismo. Por enquanto esperamos ser parte dessa descoberta e colaborar de alguma forma para estudos futuros sobre o assunto.

2. GLOBONEWS, UMA HISTÓRIA EM TEASER

No ano de 1996, Alice Maria, então diretora da TV Globo, estava à frente de um novo projeto que era o desafio de implantar um canal de notícias, dia e noite no ar. A idéia tinha nome: Globo News. Foi a forma encontrada pela TV Globo de aprofundar seu jornalismo sem colocar em risco a marca “Rede Globo”, consolidada e solidificada. A Globo News passou então a experimentar novas formas de se fazer jornalismo. O que dá certo é aproveitado, o que não dá, vai sendo deixado de lado, sem arranhar a consagrada imagem do jornalismo da Rede.

Experimentando e ousando, a Globo News de imediato abriu novos horizontes para as áreas trabalharem em conjunto. A instalação do novo canal possibilitou um aproveitamento mais efetivo da estrutura de produção já existente na Rede Globo. O repórter e apresentador Márcio Gomes lembra da primeira grande cobertura do canal, sobre a queda do Focker 100 da TAM em 1996.

Nós estávamos aprendendo a fazer, e a Rede estava aprendendo a compartilhar. Foi a primeira vez que as duas equipes trabalharam em conjunto, de improviso. Ninguém tinha a menor idéia do que era um canal de jornalismo 24 horas no ar. (PATERNOSTRO, 2006, p. 77)

O canal foi ao ar pela primeira vez às nove horas da noite do dia 15 de outubro de 1996. Mas antes da estréia, os meses de agosto e setembro foram de intenso trabalho. No terceiro andar da Rede Globo, no Jardim Botânico, Rio de Janeiro, foram montadas duas pequenas redações, um estúdio, o controle-mestre e a área de supervisão técnica do novo canal. A Globo News passou por três mudanças de estúdio desde a sua criação. Na primeira reforma, em 1998, foram colocados computadores na bancada do “Em cima da hora” e do “Jornal das Dez” e ela foi aumentada para receber entrevistados. Essa foi a primeira experiência de bancada utilitária na emissora, ou seja, a bancada começou a ter utilidade além da composição de cenário. Como o experimento deu certo, passou a ser utilizado em todos os telejornais da Rede.

Em 2001 o cenário ganhou ar mais sofisticado, com paredes de madeira, sempre com o vidro atrás dos apresentadores, que permite aos telespectadores ver os jornalistas trabalhando na redação. Em 2006 aconteceu a última reforma, quando a redação foi acoplada ao *switcher*⁵

⁵ O *Switcher* ou sala de controle. O centro operacional responsável por colocar um jornal ou programa no ar. Jornalistas e técnicos ficam no *Switcher* durante a exibição.

reforçando a idéia de trabalho 24 horas ininterrupto. O telespectador passou a poder ver a redação e o *switcher* da TV de sua casa e ter uma idéia de como é o trabalho por trás das câmeras. A proposta era passar a idéia de transparência, um dos principais pilares do jornalismo.

A ideologia da transparência é o único horizonte possível da imprensa: segundo ele, o que importa hoje, em termos de jornalismo, é “ver claramente a realidade, o sentido”, isto é: bom é tudo aquilo que é diáfano, translúcido, visível; todos os espaços, territórios, processos que se deixam ver. (MARCONDES FILHO *appud* MORETZOHN, 2005, p. 48/49)

A Globo News inovou ao lançar mão da informática como meio facilitador nessa árdua tarefa de colocar o jornal no ar a toda hora. Rede Globo e Globo News estão, desde o início, integrados no sistema de informática do jornalismo. E para viabilizar a cópia de tantos scripts⁶ de jornais, de hora em hora, surgiu o script eletrônico, completamente diferente dos scripts de televisão que existiam até então. Mas a evolução ia ainda mais longe. Também foram criadas novas regras para escrever no novo modelo de script. Isso permitiu que todos tivessem acesso ao espelho⁷ mesmo com o jornal no ar e ganhou um *deadline* maior, já que qualquer texto pode ser alterado até segundos antes da matéria ir ao ar.

A maior mudança estrutural do canal ocorreu em 2005. As fitas betas já tinham sido substituídas por discos óticos, mas nesse ano a Globo News fez uma experimentação radical: a abolição das mídias físicas. As matérias passaram a ser colocadas no servidor de um supercomputador central. O canal deu a “cara a tapa” ao colocar em prática um sistema digital ainda em fase de testes que, como todo sistema de computador, até ser adequadamente aprimorado, oferece sérios riscos de problemas técnicos. No método da tentativa e erro, o sistema foi aperfeiçoado, apesar de ainda oferecer alguns riscos à operação.

Logo nos primeiros anos, o volume de produção da Globo News cresceu muito, fazendo com que todos tivessem que se adaptar às novas demandas. No dia-a-dia de trabalho, os riscos passaram a ser aceitáveis, desde que calculados. O canal chegou a sair do ar algumas vezes por problemas no controle-mestre, o setor que controla a exibição. Mesmo que muitas vezes aos “trancos e barrancos” e com muito imprevisto. O canal foi conquistando credibilidade, sempre apoiado pela força do nome “Globo” na frente da palavra “news”.

⁶ Script é o conjunto de laudas, de cada página do telejornal.

⁷ O espelho mostra a ordem das matérias que vão ao ar. É feito pelo editor chefe, ou pelo editor executivo, mas pode ser alterado pelos editores de texto do telejornal.

2.1 Relativizando o slogan: “para ter opinião é preciso informação”

A Teoria da responsabilidade social surgiu nos Estados Unidos, adotada pela Comissão Hutchins, que, em 1947, produziu o relatório *A Free responsible press*, que recomendava que a imprensa deveria proporcionar um relato verdadeiro, completo e inteligente dos acontecimentos diários dentro de um contexto que lhes dê significado.

Os princípios clássicos do jornalismo baseiam-se na idéia de “esclarecer os cidadãos”, relacionada a critérios de objetividade que dizem respeito ao suposto dizer a “verdade” contido nos próprios fatos. Embora muito criticada, essa idéia sobrevive até hoje, não apenas nos manuais de redação, nas declarações de princípios dos jornais, mas também em documentos que pretendem pontificar sobre a humanidade como um todo. (...) Essa noção de verdade permitiu a formulação de alguns princípios básicos da atividade da imprensa: a teoria da responsabilidade social, baseada na idéia de que o público tem “o direito de saber”, remetendo à classificação idealista de quarto poder – portanto, acima das contradições da sociedade, sem interesses a defender, capaz de falar em nome de todos -, e as noções de imparcialidade e objetividade daí decorrentes. (MORETZOHN, 2005, p. 56)

Ou seja, teoricamente é necessário relatar, acima de tudo, a verdade sobre os fatos. Mas não basta só relatar os fatos e o público não precisa só saber. A transmissão do que acontece deve ser cada vez mais imediata, porque esse é o ritmo do mundo. Portanto a qualidade, muitas vezes, é associada à rapidez com que a informação é transmitida. A diretora de telejornais da TV, Ângela Lindenberg, explica: “aconteceu uma coisa, isso tem que estar no ar no próximo jornal, mesmo que o próximo jornal seja daqui a cinco minutos”⁸, o que alimenta o fluxo, mas nem sempre permite uma boa apuração. (LAGE, 2001).

A Globo News também foi uma resposta à exigência de uma crescente prática de um valor jornalístico fundamental, a instantaneidade, relacionado ao estabelecimento da transparência. Tudo deve ser transmitido, para que o público, munido de todas as informações, possa formar suas opiniões. Por isso o canal adotou o slogan “Para ter opinião, é preciso informação”. Mas dar a notícia em primeira mão, com jornais de hora em hora não é tarefa fácil. O sistema tem que ser alimentado em fluxo contínuo e a imprensa trai sistematicamente o seu ideal diante das condições reais de produção, que criam rotinas que impõe não a novidade, mas o

⁸ Citação retirada do DVD em comemoração aos 10 anos do canal.

clichê, transmitido por sucessivos processos de “atualização” para dar ao público a sensação de estar consumindo informação inédita.

Pierre Bordieu (1997) vai ainda mais longe ao criticar esse sistema alimentado na rapidez. Ele acredita que a televisão acaba não sendo muito propícia a reflexão dos fatos, já que estabelece um elo negativo entre urgência e pensamento. Bordieu cita Platão, que contrapõe o filósofo que dispõe de tempo e as pessoas que estão na praça pública e são tomadas de urgência e assim justifica que na urgência não se pode pensar. Se a urgência compromete o pensamento, o jornalista apressado não pode fazer um bom trabalho e, por consequência, não pode transmitir informação de boa qualidade para que o público tenha capacidade de formar opiniões bem embasadas, perdendo-se assim a condição de cumprir o propósito do slogan do canal.

Etimologicamente, o termo jornalista significa “analista de um dia”. (...) Hoje, com a transmissão direta, e em tempo real, é o instante que é preciso analisar. A instantaneidade tornou-se o ritmo normal da informação. Portanto, um jornalista deveria chamar-se um “instantaneísta” ou um imediatista. (RAMONET *appud* MORETZOHN, 2005 p. 168)

A Globo News assumiu o padrão de atualização rápido no seu telejornal “Em cima da hora” e encarou o risco de um jornalismo de urgência. Montar a redação para abastecer 24 horas no ar com notícias quentes envolveu um esquema especial, com criação de pequenos núcleos nas praças da TV Globo de Brasília e de São Paulo, sob a coordenação da Globo News, no Rio de Janeiro. As notícias que chegam das outras emissoras da rede e das afiliadas vão sendo atualizadas pela equipe da produção nacional. As notícias do Rio de Janeiro vão sendo apuradas pela produção Rio, que trabalha junto com a equipe da Rede Globo, e as notícias internacionais chegam pelas agências de notícia e são repercutidas através dos correspondentes internacionais. Atualizar todas as informações que são transmitidas é fruto de um trabalho árduo. A informação mais importante que chega até o telespectador em geral fica na “cabeça”⁹ lida pelo apresentador antes de rodar o vídeo tape¹⁰ (VT), e é a “cabeça” que acaba sendo atualizada de um jornal para o outro. O VT produzido sobre uma notícia pode ir ao ar repetidas vezes em muitos jornais, sem sofrer qualquer modificação.

⁹ Cabeça, no jargão jornalístico, é a abertura da matéria, o lead, ou seja, o que é mais importante.

¹⁰ Momento em que as imagens gravadas em vídeo vão ao ar.

Desde o início a Globo News começou a ser feita com técnicas e profissionais novos. Havia um pessoal mais antigo vindo da Rede que foi para a Globo News ajudar essa nova engrenagem a funcionar, mas o perfil era de gente jovem, os *Globo News*, que se juntavam aos *Globo Olds* nessa nova experiência. (PATERNOSTRO, 2006) Anos depois da sua criação, a credibilidade do canal foi reconhecida pelo trabalho de cobertura desenvolvido em trágicos acontecimentos, é o caso do 11 de setembro de 2001. Como a Rede Globo tem uma grade de programação muito rígida, até porque há uma série de contratos publicitários a serem cumpridos, a Globo News foi o único canal brasileiro que não parou de cobrir o incidente, com entradas ao vivo e *up dates*¹¹ regulares das agências e da própria CNN. O Brasil parou para assistir a cobertura do canal e ver a história acontecer em tempo real. Assim também aconteceu na cobertura da Guerra do Iraque em 2003 e do furacão Katrina em 2004, ou em um exemplo mais recente e em âmbito nacional, o caso da menina Isabella Nardoni, assassinada em março de 2008.

Mas mesmo que essas coberturas sejam muito importante, a pretensão de transmitir tudo que se passa em tempo real é um fetiche¹² e a velocidade parece ter vida própria. O caráter fragmentário e desconexo da apresentação cotidiana de notícias pode acabar domesticando conflitos e alienando consciências, a pretexto de informar. Fazer jornalismo é fazer as pessoas pensarem também, não apenas jogar uma enxurrada de informações nos telespectadores e banalizar as notícias em uma estrutura comum e pouco aprofundada. A instantaneidade pode acabar fazendo o trabalho do jornalista cair em um irracionalismo, que se radicaliza na produção das notícias, uma atividade que tem como pressuposto a promessa de uma apreensão racional do mundo. (MORETZSOHN, 2006)

Mas a proposta do canal não é só informar em tempo real. A grade, ainda que flexível, se divide em meia hora de telejornais e meia hora de programas¹³, além de um telejornal mais aprofundado no final do dia, numa tentativa de abrir outros caminhos além das informações transmitidas a cada hora. Carlos Henrique Schroder, diretor da Central Globo de Jornalismo (CGJ), ressaltou em depoimento no livro em comemoração aos dez anos de canal que:

¹¹ Trabalho constante de atualização de informação.

¹² Nesse caso é o fetiche conceituado por Marx como sendo o processo através do qual os bens produzidos pelo homem, uma vez postos no mercado, parecem existir por si, como se ganhassem vida própria, escondendo a relação social que lhes deu origem. Uma relação social estabelecida entre seres humanos aparece como uma fantasmagórica relação entre coisas dentro da lógica do capital. Daí o fetiche, que leva a perceber como naturais, objetificadas, as relações sociais. (MORETZSOHN, 2005, p.128)

¹³ Ver anexo A com a lista de programas da Globo News.

Telejornais a cada meia hora e um programa na outra meia hora. Uma fórmula simples. Simples até o dia da estréia. A partir daí, a Globo News tornou-se um canal faminto, insaciável, que só se alimentou de notícias de programas com um forte peso analítico. A idéia era ter um noticiário forte na primeira meia hora e depois debates e discussões profundas para ajudar o telespectador a entender melhor determinado assunto e tomar posição. Mas não bastava empacotar o material jornalístico exportado pelas grandes agências de notícias. A Globo News foi buscar sua própria linguagem e criou um modelo de programas jornalísticos. Nesses dez anos, é possível afirmar as várias vertentes, os vários ângulos, as várias opiniões, gerando sempre uma visão plural sobre qualquer tema. Assim, além de trazer a notícia em tempo real, de formar talentos, de preparar profissionais, a Globo News acabou se revelando palcos para grandes discussões. O Brasil ganhou um canal que aprofundou os temas e soube traduzir tudo que passa no fundo. De brasileiro para brasileiro. Um produto 100% nacional. (PATERNOSTRO, 2006, p.83)

O discurso do diretor da CGJ mostra o quão envolvido ele está naquela atmosfera e o quanto o canal é, assumido como uma experiência de sucesso, aos olhos dos profissionais que o colocam no ar todos os dias. Mas nem tudo são flores. Se a Globo News tem uma audiência fiel, não se pode dizer que ela seja numerosa. Ironicamente, o programa de maior audiência do canal é a reprise do Fantástico,¹⁴ seguido do Via Brasil¹⁵, o que demonstra que talvez o canal não esteja ao alcance de todos em termos de compreensão. Grandes debates e discussões muito aprofundadas, como as propostas por programas de abordagens políticas e econômicas, como o Painel apresentado pelo William Waack e o conta corrente, nem sempre alcançam grandes audiências. E o índice de audiência, que é a taxa de que se beneficiam as diferentes emissoras, é um conhecimento relativamente preciso do que passa e o que não passa e essa medida tornou-se de certa forma o juízo final do jornalismo. (BORDIEU, 1997).

O IBOPE¹⁶, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, é usado como referência para medir essa audiência. O instituto é líder em medição de audiência de TV e Rádio no Brasil e na América Latina. Em 2000, iniciou a realização de pesquisas de Internet. Líder absoluto em medição de audiência, o IBOPE Mídia trabalha com audiência de TV desde a década de 50. As pesquisas reportam o comportamento da população brasileira perante o meio fornecendo às

¹⁴ Ver anexo B com as audiências dos programas da Globo News.

¹⁵ O Via Brasil é um programa simples, montado com VTs vindos das afiliadas da TV globo. A temática são matérias bem leves sobre a vida e a rotina de pessoas e lugares do Brasil.

¹⁶ O IBOPE oferece informações diversificadas sobre o mercado brasileiro nas áreas de consumo, eleições e administração pública, internet, investimento publicitário, jornal, marca, mercado farmacêutico, mercado financeiro, opinião pública, papers e estudos, pesquisas históricas, propaganda, qualitativa, rádio, revista, sociodemocracia, telefonia, TV aberta, TV por assinatura. Ver mais informações em anexo.

agências, veículos e anunciantes informações fundamentais para a execução da propaganda no meio televisivo. Quando o índice de audiência apurado pelo IBOPE começa a refletir o fracasso de uma fórmula, começam a ser buscadas alternativas, afinal a televisão ainda é comercial e precisa gerar lucro. No caso da TV, a audiência tem um efeito bem particular, que se traduz novamente na questão da urgência. A concorrência pelo “furo” de reportagem marca uma busca pelo primeiro lugar de audiência potencializando ainda mais a lógica do instantâneo que existe dentro da Globo News, que busca furar a concorrência 24 horas por dia. Por furo leia-se um padrão de qualidade na concorrência entre pares, não como indicação de qualidade jornalística investigativa junto ao público.

O problema é que muitas vezes a máquina está tão envolvida nela mesma que os jornalistas esquecem que fazem televisão para um público e se perdem em um processo que se justifica nele mesmo. Para Bourdieu (1997), o fazer jornalístico acaba entrando em um círculo vicioso que serve, sobretudo, para alimentar o narcisismo de um mundo jornalístico muito propenso a lançar sobre si próprio um olhar falsamente crítico. A incapacidade de olhar para si criticamente impede que o público seja alcançado, pois as falhas na comunicação são abstraídas em meio ao narcisismo que impera nas redações. É a circulação circular da informação como diz Bourdieu. O autor fala ainda do conceito dos “óculos”:

A metáfora mais comumente empregada pelos professores para explicar essa noção de categoria, isto é, essas estruturas invisíveis que organizam o percebido, determinando o que se vê e o que não se vê, é a dos óculos. Essas categorias são produto de nossa educação, da história etc. Os jornalistas têm “óculos” especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado.(...) Os jornalista, grosso modo, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles.(BOURDIEU, 1997, p. 25)

Essa visão subjetiva do que é ou não excepcional e o tempo relativamente curto para transmissão das informações, somados ao narcisismo dos jornalistas, faz com que as notícias sejam passadas de forma uniforme e banal, deixando de lado a exclusividade e a originalidade. No caso do jornalismo *hard news* do “Em cima da hora” essa máxima de urgência e o clichê ilusório da atualização também são mantidos mais em função de um problema estrutural do que propriamente pela má fé dos envolvidos no processo de produção. A estrutura da Globo News não permite que isso seja muito alterado, há poucos profissionais para atualizar o jornal que vai ao ar de hora em hora, poucas ilhas de edição e pouco tempo para esses profissionais trabalharem

em cima das notícias. Além de toda uma estrutura empresarial que muitas vezes engessa a máquina por interesses mercadológicos.

A outra meia hora da grade de programação, reservada para a faixa dos programas, ficou com a responsabilidade de tentar fazer um produto mais exclusivo e original. Mesmo nesse caso, essas características por vezes são abstraídas, apesar das tentativas de buscar alternativas para manter e recuperar os índices de audiência. Mas a necessidade de ousar, escapar do banal e recuperar a audiência faz com que o laboratório Globo News não possa parar nunca suas experimentações jornalísticas.

2.2 O laboratório Globo News

Em 1986 William Schreiber escreveu um artigo chamado *Fundamentals of Imaging Systems*¹⁷ no qual ele afirma que todos os países civilizados têm canais de televisão nacional que servem como laboratório. Dez anos mais tarde surgiu o primeiro laboratório brasileiro, a Globo News. Depois de uma década, o canal, restrito ao experimento jornalístico, começou a perder audiência não só pelo narcisismo de seus profissionais ou pela falta de estrutura, mas também por causa da consolidação de fontes de informação alternativas que marcam uma defasagem tecnológica na televisão como um todo. As pessoas que viam o canal para poder se informar passaram a ter outra forma de conseguir se inteirar: através da internet, via computador, e mais recentemente utilizando outros dispositivos convergentes. Briggs e Burke definem bem a questão da convergência. A palavra convergência é útil, embora excessiva, empregada livremente por Pool e outros antes de se tornar moda. A partir da década de 1980, foi aplicada ao desenvolvimento tecnológico digital, a integração de um texto, números, imagens, sons e diversos elementos da mídia. Durante a década de 1970, a palavra já era usada com uma abrangência mais ampla, em particular no que Alan Stone chama de casamento perfeito entre os computadores – parceiros também de outros casamentos tecnológicos – e as telecomunicações. (Briggs & Burke, 2006, p. 266) Ou seja, a internet encontra maneiras cada vez mais híbridas de se disseminar e ganha como aliados novos dispositivos que facilitam cada vez mais o seu acesso, um quesito no qual que a televisão ainda engatinha.

¹⁷ SCRHEIBER *appud* BRAND, 1988, p. 73.

A *world wide web* se transformou em um veículo de comunicação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade, que já é realidade – aquela que Manuel Castells chama de sociedade em rede. Dentro dessa realidade, o computador é a ferramenta que melhor atende a necessidade de obtenção de informação do público, que exige velocidade e imediatismo na transmissão de dados e também faz convergir para uma única máquina os sistemas de controle de todos os meios de comunicação. (LAGE, 2006) A convergência dentro da telefonia móvel, por exemplo, catalisa ainda mais esse processo de obtenção imediata de notícias.

O jornalismo sempre se viu obrigado a responder as mudanças sociais e tecnológicas. A Era da Informação trouxe uma enorme expansão da mídia – a televisão à cabo, um número crescente de nichos nas publicações impressas, sites na internet, telefonia móvel. A mídia se tornou quase onipresente, e o jornalismo está novamente em uma encruzilhada conforme a realidade midiática fica mais fragmentada e aumenta a competição com as fontes não tradicionais.¹⁸

A crise que já ocorrera com o jornalismo impresso após o surgimento do rádio e se agravou com o advento da TV, passou a ser uma preocupação do jornalismo televisivo. Os jornais impressos foram encontrando suas saídas e diferenciais. Pautas grandes sobre pesquisas e análises, como o Pnad divulgado esse ano, ganharam espaço de produção. As pessoas compram os jornais muito mais para ler os editoriais, que tem opiniões de especialistas e comentários em cima do factual que já foi dado por todos os veículos de mídia no dia anterior. Outra alternativa foram os suplementos especiais e as séries de reportagens, como Retratos do Rio e Pirataria S/A (ambas de 2001) da jornalista Flávia Oliveira, que fazem um recorte profundo e humano em assuntos polêmicos.

A mídia televisiva, que outrora ajudou a impulsionar o jornalismo impresso a se diferenciar, teve que começar a procurar seus nichos de distinção com a “abocanhada” da internet em seu público. O que se percebeu é que não se pode mais informar por informar, o diferencial se faz necessário na conquista de um público para a televisão, porque a informação em si já pode ser obtida de outras maneiras. O *hard news* televisivo perde seu sentido na pressão que a internet faz nos outros meios de comunicação e sua audiência só é garantida nos casos de grandes reportagens e coberturas factuais, como o acidente da TAM em 17 de julho de 2007, ou na cobertura do *World Trade Center* em setembro de 2001. Armand Mattelart afirma em seu livro

¹⁸ Citação em tradução livre do site www.hypergene.net/wemedia, acessado no dia 18/04/2008.

“A Globalização da Comunicação” que com a expansão da comunicação e com o explosão da Internet, cada indivíduo tem consciência de ser parte do planeta. Todos são contemporâneos uns dos outros, embora em meio a uma pluralidade. A questão antropológica ficou muito presente se pensarmos na complexidade do mundo cheio de mundos paralelos, quase impossíveis de serem unificados. Esses mundos paralelos podem ser acessados a qualquer momento de qualquer lugar e isso não é uma tendência é um fato estrutural já consolidado. Se a informação bruta pode ser obtida no imediatismo da internet, para que um canal 24 horas quando posso ter a maior pluralidade de mundos a cada segundo? E a TV, no caso a Globo News segue procurando seu diferencial.

As mídias tradicionais, desde os jornais impressos até as grandes televisões, estão perdendo audiência. As pessoas estão buscando diferentes formas de fontes de notícias, em vários momentos do dia e de formas diferentes. A demanda da audiência pelas notícias não desapareceu, mas está cada vez mais dispersa.¹⁹ (KOLODZY, 2006)

As audiências que buscam informação estão se tornando fragmentadas porque os estilos de vida estão fragmentados. As pessoas são *multitasking*²⁰, ou seja, estão fazendo mais de uma coisa ao mesmo tempo e, com isso, estão ficando sem tempo para elas mesmas e perdidas em meio a milhares de informações diárias a serem processadas. Essa falta de tempo livre entre a vida pessoal e o trabalho influencia na forma como são feitas as escolhas de como se obter notícias e como essas notícias devem ser apresentadas. Colocar as notícias para as audiências em formatos diferentes, em horários distintos são tentativas de responder as mudanças de estilo de vida das pessoas, por isso a convergência de mídias vem tendo tanto sucesso no mundo moderno com sua exigência por velocidade. O jornalismo convergente está provendo notícias e informação em mais de um formato, usando as vantagens de cada formato para melhor servir às audiências, numa tentativa de resposta a fragmentação do público. (KOLODZY, 2006)

Com a percepção desse novo estilo de vida convergente, o canal pensou em novas formas de experimentação que chamem a atenção de uma audiência já saturada. Como em todos os outros experimentos, a Globo News seguiu utilizando o método da tentativa e erro. Programas especiais passaram a ser produzidos como “1808 – A corte no Brasil”, sobre os 200 anos da chegada da família real e “Arquivo N – especial 1968”, sobre os 40 anos após o ano mais

¹⁹ Citação em tradução livre do livro *Convergence Journalism* p. 217.

²⁰ A palavra não foi traduzida, por não haver correspondente direta na língua portuguesa. Numa tradução ao pé da letra seria “Multitarefa”. O conceito foi retirado do livro *Convergence Journalism* de Janet Kolodzy.

simbólico da ditadura brasileira e das revoltas no mundo, “China Além da Muralha”, que fala a respeito desse gigante que surge no mundo e “Os retornados”, sobre os descendentes de escravos que retornaram à África. São feitos recortes de temas conhecidos superficialmente que instigam o público a obter informação refinada. Já os programas semanais tiveram que ir se adaptando. Um exemplo é o “Mundo SA”, que faz grandes reportagens sobre temas do mundo corporativo e mostra empreendimentos no Brasil, Estados Unidos e França num momento em que há uma valorização do quesito empreendedorismo. A Globo News percebeu que não basta informar, é preciso encontrar os temas mais em voga, mais quentes, ou então aprofundar o que já é que conhecido pelo público.

Mas definitivamente, a aposta mais produtiva do canal foi começar, ainda que de forma embrionária, a utilizar a internet como aliada, não apenas como forma de apuração, mas também para aumentar a participação de um público já munido de muitas informações obtidas de outras fontes.

Uma forma de falar, dizia Bakthin, é também uma forma de conceber o mundo, intransferível. A citação dá voz a um personagem. Supõe renúncia a voz do próprio jornalista. Dá credibilidade retórica a notícia, identifica a responsabilidade pelas alegações e agiliza o texto. Mas deve ser usada com critério. (BAKTHIN *appud* LUIZ COSTA PEREIRA JUNIOR, p.111)

A Globo News buscou então “imitar” algo que a internet já permite há algum tempo, um jornalismo participativo, que existe nos sites de produção colaborativa. É o chamado jornalismo 2.0, onde as páginas virtuais se abrem para os textos feitos pelos próprios cidadãos. Pessoas do mundo inteiro publicam matérias sobre a realidade que as cercam, na condição privilegiada de testemunha ocular daquilo que reportam. Com as páginas de jornais virtuais abertas a qualquer pessoa, a prática jornalística se reveste de uma liberdade de expressão sem precedentes, que ainda não pode ser plenamente repassada para o nicho televisivo. Mas como quase tudo dentro da Globo News pode ser experimentado, algo similar está sendo adaptado para uma realidade muito diferente, que exige muito mais critério, como disse Bakthin.

Se a generalização da banda larga permitiu a internet ampliar o tráfego multipolar da informação por que deixar a participação restrita aos sites na internet? A participação direta da audiência nos programas ainda engatinha, mas a interatividade via computador já é uma realidade dentro da televisão. Dar voz aos que não tinham voz, esse foi o grande diferencial encontrado pelo canal, ainda que de forma embrionária e totalmente controlada. Mas essa foi uma resposta à

altura para a perda de audiência e veio em um momento em que a televisão brasileira inicia seu processo rumo à alta definição, à digitalização e à interatividade completa, o que quer dizer que provavelmente num futuro próximo não será necessário o uso do computador para interagir com a TV, ambos vão convergir. (LAGE, 2006, p. 52)

Claro que a interatividade não é idéia exclusiva da Globo News, a própria Rede já a utiliza em seus telejornais, principalmente no Fantástico, e outros canais como o Sportv, nos programas como o “Redação Sportv”, “Tá na área” e “Zona de Impacto”, e o GNT, com *Happy Hour*. Tanto o Sportv, como o GNT, ambos usam a interatividade como um suporte a mais, mas o caso “Entre Aspas” da Globo News é um passo além. O programa gira em torno da participação, é como se os internautas estivessem sentados junto ao apresentador e aos entrevistados, participando de um debate. A voz das pessoas comuns é tão fundamental para o programa, quanto a do jornalista e dos especialistas.

A intenção deste trabalho é estudar o programa “Entre Aspas”, exatamente por essa faceta que o programa tem de ter sido desenvolvido totalmente para os internautas e suas participações. Como pudemos ver nesse capítulo e nos anteriores, o histórico da Globo News sempre foi baseado em experimentação, exatamente por isso foi possível implantar um programa tão diferente em um ambiente onde ainda é possível arriscar alguns métodos novos. Mas antes de realizar um estudo de caso sobre o programa mais interativo dentro do canal e reconhecidamente da TV à cabo brasileira, é preciso fazer um pequeno *briefing*²¹ sobre o mote do programa, a interatividade.

²¹ Resumo mais apurado.

3. INTERATIVIDADE – UM PEQUENO BRIEFING

Nilson Lage (2006, p.60 e 61) diz que se a capacidade de decisão de cada pessoa depende das informações que recebe. Se a democracia é o exercício do poder em última instância, por essas pessoas, não há dúvida quanto à necessidade de diversificar o fluxo de informação e estabelecer critérios mais adequados de seleção. É nesse quadro que se impõe a internet e, a partir dela, a possibilidade de comunicação interativa em larga escala. Isso significa transformar todo cidadão em portador de mensagens que podem chegar à comunidade, à nação, ao universo. A multipolaridade passa a ser requisito de novos veículos de comunicação.

Essa multipolaridade geralmente se traduz na interatividade que os veículos apresentam. A interatividade se resume em diversas formas criativas de se trabalhar usando diferentes maneiras de interação em uma apresentação, onde o emissor consiga transmitir a mensagem para o receptor e o receptor interaja com essa mensagem de alguma maneira. Pierre Lévy (2005) fala de diferentes tipos de interatividade que vão da mensagem linear -- através de dispositivos que variam desde a imprensa, rádio, TV e cinema até as conferências eletrônicas -- até a mensagem participativa -- através de dispositivos que variam dos videogames com um só participante até a comunicação em mundos virtuais envolvendo negociações contínuas.

Fica claro que o que caracteriza a interatividade é a possibilidade -- crescente com a evolução dos dispositivos técnicos -- de transformar os envolvidos na comunicação, ao mesmo tempo, em emissores e receptores da mensagem. As estruturas técnicas da rede permitem implementar novas e mais complexas formas de interação social, fazendo emergir a possibilidade da troca imediata no ciberespaço. Em outros termos, o conceito de comunicação muda e coloca no processo mais de um agente, que sai da linearidade de mão única do conceito de produção tradicional onde há um produtor e consumidores. Dessa forma, os indivíduos tornam-se, ao mesmo tempo, receptores e emissores, produtores e consumidores de mensagem.

Muito embora se trate de um fenômeno ainda novo, já está muito absorvido no nosso dia a dia esse convívio em ambientes virtuais que, com as novas tecnologias, torna-se cada vez mais interativo. Os veículos de comunicação mediada têm lançado mão de recursos técnicos que abrem o espectro de possibilidades nesse sentido. É importante nesse ponto esclarecer que a interatividade é o que possibilita ao indivíduo afetar e ser afetado por outro numa comunicação que se desenvolve num sistema multipolar dentro da grande rede mundial de computadores.

Entender um pouco da relação da Internet como forma de participação direta, através dos sites participativos, ou indireta, como ferramenta para participar em mídias mais tradicionais é fundamental para ter noção da dimensão da importância da interatividade no futuro das mídias. Esclarecemos aqui que interatividade de verdade só é possível quando o receptor pode produzir algum tipo de conteúdo novo. Fazer uma escolha entre opções pré-fabricadas, como no caso de programas *Big Brother*, o extinto "Você Decide", ou mantendo o exemplo da Globo News, o *Quero Saber*²², não pode ser chamado de interatividade de fato.

Vamos buscar entender como funciona o fenômeno da Web 2.0 e a possibilidade de participação que ela abre aos internautas, mas mais ainda vamos lançar o olhar ao jornalismo participativo, dentro dessa nova realidade em rede.

3.1 Web 2.0 e o jornalismo participativo na Internet

A Internet foi o primeiro meio de comunicação a se tornar customizável, ou seja, ao gosto do cliente. Em uma década, a Internet evoluiu de um simples canal de texto para uma rede de distribuição de dados digitalizados, que engloba texto, voz e vídeos e já dispõe de mais informação do que todos os meios de comunicação de massa combinados. A Web se tornou uma fonte inesgotável de informação, com mais de 2 bilhões de sites no mundo. A grande novidade dessa mídia é a Web 2.0, que nada mais é que a abertura para a participação dos até então consumidores. Todas as atenções se voltam para o internauta e o usuário se torna essencialmente participativo ocorrendo um aproveitamento da inteligência coletiva. A rede passou de um simples canal de distribuição para um local de interatividade.

Os sites interativos geralmente funcionam de acordo com desenvolvimento de cada projeto, mas todos têm intenção de deixar o site personalizado, dinâmico e sempre procurando atender as necessidades do internauta. Além disso, como já vimos, o objetivo é o emissor, porque através dele chegará a mensagem ao receptor e esse início deve sempre surgir através de estudos de estratégias usadas pelo emissor para que sempre se consiga prender a atenção do receptor.

²² O "Quero saber" é um quadro dentro do telejornal *Em cima da hora*, que oferece três opções de temas da semana a serem votados na internet. O tema vencedor é divulgado na quinta-feira no *Em cima da hora* das 21hs. Na sexta-feira um especialista vai ao estúdio ao vivo no *Em cima da hora* das 19hs e responde a perguntas dos internautas. Essa segunda parte pode ser considerada mais interativa, já que os internautas conseguem agir mais como emissores ao expor suas perguntas em rede nacional e obter as repostas de volta em uma comunicação não pré-fabricada.

Existem vários tipos de sites, tais como: Informativo, Comercial²³ (E-commerce), Empresa (business - to - business), entre outros que buscam a atenção do seu consumidor através de entretenimento com seu produto mas todos tem o mesmo propósito: tornar o seu site cada vez mais visitado. Para isso são usadas varias maneiras de interação, cada uma condizente com o seu conteúdo.

O termo “web 2.0” foi primeiro comunicado e conceituado no ano de 2004. Ele foi criado pelos empresários da *Media Live International*, Tim O’Reilly e Dale Dougherty, para descrever as tendências e os modelos de negócios que sobreviveram à crise do setor de tecnologia nos anos 1990. Segundo eles, a década de 90 foi a era do estouro da bolha do *dot.com*, quando o mercado da internet se mostrou saturado. Mas, O’Reilly e Dougherty lembram que é justamente a partir de uma crise que surgem as revoluções tecnológicas. A web 2.0 foi o resultado social da revolução tecnológica originária do estouro dessa bolha, ou seja, percebeu-se que não bastava dar a informação, era necessário deixar os até então consumidores interagirem com o conteúdo dessa nova mídia. Mesma percepção que a televisão teve posteriormente.

Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O’Reilly, 2005, p. 1).²⁴

Na era 2.0, a internet passa a funcionar como uma plataforma. O ideal agora é que o software e/ou serviço na rede sirva como uma espécie de facilitador para o usuário. Os programas 2.0 funcionam como mediadores, conectando o internauta a experiência on-line. Vejamos o exemplo do google, que é uma plataforma para outros sites na internet. O software em si não hospeda o conteúdo que o usuário da rede procura. Ele só encurta o caminho que este usuário vai percorrer até a informação. Ocorre uma relação simbiótica: sem os dados na web, as ferramentas do google seriam inúteis, mas sem o software, os internautas não conseguiriam gerenciar os dados com eficiência. O formato acaba fazendo do google um banco de dados interminável e extremamente necessário dentro da sociedade plural defendida por Armand Mattelart.

O mecanismo dos softwares de busca veio do entendimento de um conceito que Chris Anderson chamou de teoria da cauda longa. A idéia de Anderson é que a força da internet está

²³ E-Commerce é o processo de distribuição de bens e serviços por intermédio de meios eletrônicos, um serviço da Internet onde empresas exibem seus produtos para os usuários da Web, colocando-os assim à disposição para compra on-line.

²⁴ Citação colhida do blog Web 2.0 BR - <http://web2.0br.com.br/conceito-web20/>, no dia 28/03/08.

nas suas bordas, não no seu centro. Em outras palavras, o grande volume de conteúdo disponível na web não está nos sites das grandes empresas, mas sim na coleção de informações dispostas nos sites pequenos. (CONDER, 2007). A necessidade de unir o centro e as bordas da internet deu origem aos serviços e programas de gerenciamento que conseguem abranger a rede como um todo, desde a cabeça, até a cauda longa. Essa ferramenta não só facilitou a vida dos internautas, ávidos por informação e mais recentemente ansiosos para participar do processo de “manufatura” desta, mas também abriu aos jornalistas, um campo imensurável de dados.

Em resumo a capacidade para criar e distribuir informação na web é muito superior a de qualquer outro veículo já experimentado, viabiliza qualquer informação de forma rápida e fácil; e são tantas as fontes on-line, que é impossível visitar todas. Diferente das rádios, TVs, jornais e revistas, a Internet não é um meio de comunicação de massa. É um sistema interativo, no qual o próprio usuário individualiza suas experiências. O fator que distingue a “nova mídia” da “velha mídia” é o controle. A “mídia antiga” “empurra” a mensagem até nós. Na “nova mídia”, as informações são puxadas e fornecidas diferenciadamente para os inúmeros segmentos de público fragmentados no novo estilo de vida da sociedade.

O mundo digital muda a natureza da mídia, que deixa de empurrar informações em forma de *bit*²⁵ para as pessoas e passa a permitir que elas (ou seus computadores) empurrem as informações para os veículos. Essa é uma mudança radical, porque todo o conceito de mídia que temos até agora é baseado em camadas de filtro que reduzem informação e entretenimento a uma coleção de *top stories* ou *best-sellers* que são jogados para diferentes audiências. A indústria da informação será obrigada a se tornar uma espécie de “butique” de negócios. Os clientes serão as pessoas e os computadores seus agentes. (NEGROPONTE, 1995, p.121)

A visão que parecia totalmente inalcançável até alguns anos atrás parece que está se tornando verdadeira. Jornais como o *Wall Street Journal*, *The Washington Post*, *BBC*, *Times*, *Le Figaro*, *El País* e no caso brasileiro, “A Folha de São Paulo”, “O Globo Online” etc, todos oferecem aos seus leitores algum tipo de personalização em suas páginas iniciais de seus sites. Milhões de membros do *Yahoo* customizam o seus *MyYahoo*, que nada mais é que um portal personalizado de notícias com as mesmos boletins utilizados por editores de jornais do mundo

²⁵ Bit é o que Nicholas Negroponte chama da menor unidade dentro da realidade digital. Assim como os átomos são as menores unidades do mundo real. (NEGROPONTE, 1995)

todo.²⁶ E canais como a *Fox News* oferecem blogs individuais que proporcionam aos seus telespectadores que opinem de uma forma jamais vista.

O jornalismo deixou de ser uma simples forma de leitura e virou uma conversa. Os jornalistas não devem mais se ver como o centro das atenções, eles devem dar um passo atrás e se unir. Esses profissionais têm que produzir um novo tipo de jornalismo, algumas vezes sendo uma espécie de guia na conversa entre os cidadãos e outras funcionando como um filtro. A web está permitindo diferentes formas de interação e conversação toma lugar em novas comunidades digitais, que não tem a proximidade geográfica como forma de ligação. Ela permite que, qualquer um em posse de um computador, tenha a oportunidade de exercer diretamente a liberdade de imprensa. É um jornalismo das pessoas, feito pelas pessoas, para as pessoas. (CURLEY *appud* KOLODZY, 2006, p.218)

Se na antiga web 1.0 a comunicação era difundida verticalmente de um para todos, na comunicação horizontal da web 2.0 ela é interativa, de muitos para muitos. Mas a participação de muitos usuários requer a presença de uma arquitetura e de um design que encoraje e torne a colaboração algo natural. A verdade é que apenas uma quantidade pequena de usuários se esforçaria para adicionar intencionalmente valor ao aplicativo. Os sites 2.0 têm uma estrutura tal que, à medida que o internauta navega em busca de seus interesses, ele, automaticamente, constrói valor coletivo agregado ao subproduto. A participação é incentivada, em geral por uma interface facilitadora e se torna cada vez mais chamativa e interessante para os até então eram apenas receptores.

No jornalismo participativo, o meio mais primário de colaboração é o comentário. Através dele, o público pode dar uma resposta ao que está lendo e, portanto, contribuir com sua experiência pessoal no relato de um fato. Essa é a forma mais antiga de participação e a base dos blogs. Podemos definir o blog como uma página de internet atualizada constantemente e formada por pequenos parágrafos, organizada cronologicamente. É semelhante a uma página de notícias ou um jornal, pois segue uma linha de tempo com um acontecimento após o outro. Os conteúdos e informações dos blogs refere-se a uma grande quantidade de temas, que vão desde diários, piadas, links, notícias, fofocas, *fan club*, poesia, idéias, fotos até outras informações relacionadas a vida do blogger (pessoa que possui um weblogger). Utilizar um blog é como enviar uma mensagem instantânea para toda a web.

²⁶ Tradução livre do site www.hypergene.net/wemedia, no dia 18/04/2008.

O Usuário escreve quando tem vontade e todos os internautas que entram no blog, podem ler o que você escreveu. A maioria dos blogs são pessoais, emitem idéias, sentimentos e desejos do autor. Alguns são resultado da participação de um grupo de internautas que se reúnem para atualizar e alimentar um mesmo blog. Eles também podem ser feitos com o objetivo de entreter visitantes, outros para trabalho e há até mesmo os que misturam um pouco de tudo. Os blogs também são uma ótima ferramenta de comunicação entre familiares, amigos, grupo de trabalho, ou até mesmo empresas. Ele possibilita a comunicação entre grupos de forma mais simples e organizada do que através de e-mail ou grupos de discussão, por exemplo.

Mas o que se nota na web 2.0 é que essa forma mais básica e primitiva de participação evoluiu. Com o acesso a banda larga e com o barateamento de certos produtos eletrônicos, o internauta também passou a publicar sua fotos e vídeos na internet, contribuindo assim com os veículos de comunicação tradicionais. Nesse universo colaborativo, a audiência passa a fazer a vez do repórter. Além dos blogs, os ambientes de publicação coletiva, como *Omhy News*²⁷ e *Wikipedia*²⁸ são exemplos mais amplos de colaboração na web.

Um ambiente de publicação colaborativa tem como proposta permitir que um grupo de participantes (grande ou pequeno) desempenhe vários papéis: criadores de conteúdo, moderadores, editores, publicitários e leitores. O ambiente pode ser de um criador individual ou uma organização e a meta desses sistemas é dividir as tarefas e fazer com que todos os membros da comunidade tenham um envolvimento mais profundo no processo.²⁹

A profissão de jornalista está inserida em um raro momento da história. Pela primeira vez a hegemonia de *gatekeeper*³⁰ da informação está ameaçada não somente pelas novas tecnologias e pela concorrência, mas, potencialmente, pela própria audiência. A facilidade das ferramentas da Internet permite que qualquer um possa publicar informações. As pessoas podem estar permanentemente conectadas e a quantidade de dispositivos móveis também permite que a

²⁷ O site é originalmente sul coreano, tendo sido criada uma versão internacional em 2005. Ambas as versões a estratégia é a mesma: democratizar a atividade da imprensa, trazendo pluralidade ao site.

²⁸ O site tem versões em vários países, e a filosofia wiki é a criação de um banco de dados a partir de informações oferecidas pelos internautas. Apesar das discussões em torno da credibilidade em relação ao site, é grande o número de adeptos, tanto colaboradores, quanto leitores.

²⁹ Tradução livre de citação retirada do site www.hypergene.net/wemedia, no dia 18/04/2008

³⁰ *Gate* é portão em inglês e *gatekeeper* é uma espécie de porteiro ou selecionador que escolhe quem ou que passa por este portão, ou seja, o jornalista escolhe as notícias mais importantes segundo ele, sendo o responsável por sua progressão ou por sua “morte” que será o fato dela não ser publicada e esquecida posteriormente. o primeiro teórico a implantar a Teoria do *gatekeeper* ao jornalismo foi David Manning White em 1950. White concluiu que as decisões dos “jornalistas *gatekeepers*” eram subjetivas e arbitrarias e com de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do jornalista. (definição retirada do site “<http://jornalisblog.blogspot.com>”)

audiência se torne um participante ativo na criação e disseminação de notícias e informações. De acordo com a *Pew Internet Project*³¹, o ataque terrorista as torres gêmeas foi a primeira grande notícia coberta com participação dos leitores, através dos blogs. Com o caos que havia se instalado no país e a impossibilidade de cobrir absolutamente tudo, os jornais on-line pediram a participação do público. Pessoas comuns se viram no direito e no dever de expressar suas impressões, e até mesmo por estarem próximas do local, puderam dar informações que colaboraram para uma visão mais apurada da situação. Apesar dos benefícios da condição de testemunha mais próxima do fato, essa questão do jornalismo colaborativo desperta um grande debate, a questão da credibilidade.

A credibilidade é não um resultado ou estado (*ergon*), mas uma atividade ou processo (*enérgeia*) mediante o qual um produtor/emissor A vai se tornando credível perante um receptor B, à medida que vai ganhando a confiança deste; e reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A, à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade. (SERRA, *appud* CONDER, 2007)

No caso do jornalismo on-line, a credibilidade é algo que afeta não apenas as colaborações dos internautas, mas também o trabalho do próprio jornalista. Na Internet, as informações chegam até nós, instantânea e continuamente. A lógica é “publique, depois filtre”. Logo que essas informações são obtidas, são substituídas por outras mais novas ainda. A rapidez de publicação na Internet tende a reduzir a atenção com o conteúdo divulgado. No anseio de publicar primeiro, muitos sites, não só colaborativos, mas também de empresas, como “G1”, “Terra”, “Uol”, etc, as notícias são veiculadas sem verificar a procedência e a exatidão. É muito importante não descuidar da qualidade do que é oferecido. Afinal, não basta trazer o internauta para o site; é preciso fazer com que ele retorne sempre. Isso vale para os novos guardiões da informação, as pessoas estão participando cada vez mais e também consumindo uma quantidade cada vez maior de informações e notícias de outros “jornalistas colaborativos”, por isso focar na manutenção da credibilidade é fundamental para manter a fidelização de qualquer site.

Toda essa abertura abre também outra grande discussão se todos produzem a notícia, como fica o jornalista neste cenário em que todos têm seu momento de *gatekeeper* da informação? Nilson Lage (2006, p66) resume bem a questão ao afirmar que afastar os jornalistas desse processo, julgando que sua função independe de profissionalismo ou habilitação, é apenas

³¹ Informação retirada do site www.hypergene.net/wemedia, (18/04/2008)

ingênuo. Equivale supor que, com a alfabetização em massa; seriam dispensados os escritores. O autor ainda se estende no assunto a respeito da credibilidade e afirma que considerar os jornalistas responsáveis ou cúmplices das deformações no sistema de informação pública é um erro de pessoa, equivalente a culpar os físicos pela bomba atômica ou aos homossexuais pelas doenças sexualmente transmissíveis.

A credibilidade, então, vai ser ditada por novos parâmetros, os próprios internautas consumidores vão acessar os sites que se comprovarem verídicos e para ter boa performance de acesso nos sites, os produtores vão procurar cada vez mais serem verdadeiros em seus relatos. Mas o jornalista vai encontrar seu foco na realidade 2.0 e no enorme campo de informação que se abre com o jornalismo participativo: o profissional diplomado usa sua formação para separar o que é ruído do que de fato é informação. A idéia é de absorção experimental porque “quanto mais informação há, maior a necessidade de intermediários – jornalistas, arquivistas, editores etc – que filtrem, organizem, priorizem”.(WOLTON *appud* CONDER, 2007). A lógica do jornalista como intermediário entre o público e a notícia é renovada.

O jornalista como mediador, esse é o principal gancho que a TV se utilizou com as ferramentas da web 2.0. Toda essa explicação em torno da web 2.0 tem o propósito de mostrar os caminhos abertos pela internet e pelo jornalismo colaborativo. Cheia de precedentes a TV abre seus próprios caminhos para a colaboração, usando o computador e a internet.

3.2 A Interatividade na TV via computador

O mundo se encontra em uma fase que Negroponte (1995, p. 164) chama de era da pós-informação. Os meios de comunicação de massa conseguiram ao mesmo tempo aumentar e reduzir sua audiência. Alguns veículos como a CNN e o *USA Today*, citados como exemplo pelo autor, alcançaram índices de audiência maiores e fizeram uma fronteira de transmissão. Por outro lado as revistas focadas em pequenos nichos, como a venda de DVDs, os canais à cabo e é claro a web 2.0, são exemplos de mídias menores, que também alcançaram projeção especializando-se em pequenos grupos de interesse. A mídia de massa ficou maior e menor ao mesmo tempo. Na era da pós-informação, os grupos demográficos podem ser de apenas uma pessoa e tudo é feito de acordo com a demanda da audiência, que em geral busca informação personalizada e ainda tem como objetivo participar da personalização da informação.

A forma que a televisão encontrou até agora de abrir um caminho para a participação de sua antes apenas audiência foi através da interatividade pela Internet, via computador. Por isso um número cada vez maior de programas têm sites que reproduzem seu conteúdo, e alguns vão mais longe permitindo que o internauta faça comentários em relação ao tema abordado no programa, e esses comentários podem ou não serem aproveitados. Em alguns casos é apenas uma forma de parecer que existe uma preocupação com o público, mas o comentário se perde na televisão, agora, se deu conta da importância da participação das pessoas como uma forma de ganhar a audiência *multitasking*, que já tem acesso a milhares de informações.

O cotidiano fragmentado das audiências e a tecnologia de mídias convergentes, que disponibiliza todo o conteúdo em circulação no mundo, fazem com que a TV, já defasada em termos tecnológicos essenciais por ter reduzida capacidade de interação direta, procure um gancho que puxe essas audiências de volta. A programação precisa contar com um lugar onde pessoas possam dizer o que é que elas querem saber e assim a televisão possa dar o que foi pedido e ainda abrir um caminho, uma conversa. As redes de televisão e as redes de computadores são diferentes. A Rede de TV tem uma distribuição hierárquica, com uma fonte, de onde vem o sinal e vários receptores homogêneos. As redes de computadores, por outro lado, tem uma gama de processadores heterogêneos que funcionam ao mesmo tempo como fonte e receptor, então a melhor solução foi utilizar a rede de computadores para conseguir driblar a mão única dessa distribuição hierárquica.

Todo esse processo ainda engatinha dentro da TV, enquanto na web, mantendo a analogia, isso é algo consolidado em uma fase de aperfeiçoamento. Mas o que se tem até agora já pode ser considerado um passo fundamental para uma abertura mais significativa em termos futuros. Basicamente o que se fez na Globo News e em outras emissoras, como Sportv e GNT, foi abrir uma brecha para que comentários, via internet, sejam utilizados dentro do programa, como já era feito há muito tempo através da participação via telefone. Pessoas comuns fazem suas perguntas, dão seus pareceres que podem ou não ser lidos no ar. O canal aberto para que o receptor possa entrar na conversa é o primeiro passo para a interatividade. É como o comentário dentro dos sites, ou seja, é o meio mais primário, mas já representa um avanço nessa mídia ainda muito fechada.

Na televisão brasileira, a interatividade começou a ser implementada dentro da área do jornalismo esportivo. As mesas redondas de esporte, que geralmente são ao vivo, fora as reprises,

têm como essência um assunto que a maioria da população do Brasil gosta de discutir até nas mesas de bar, o futebol. Como já foi dito, o público tem que ser estimulado a participar, não só pela facilidade de colaborar, o que já foi conquistado com as ferramentas deixadas de herança pela web 2.0, mas também por ter afinidade de entendimento do tema. O fato do esporte normalmente ser transmitido ao vivo, tanto os eventos esportivos, quanto as mesas redondas, e a proximidade de muitas pessoas com o assunto impulsiona muita gente a participar dos programas esportivos através das brechas que começaram a ser abertas ao público.

Programas do Sportv, como o “Tá na Área”, “Redação Sportv”, “Zona de Impacto”, “Arena Sportv” e “Bem Amigos” utilizam os comentários quase como um povo fala³², ou seja, a fala das pessoas é usada em meio a discussão dos jornalistas de maneira a dar ritmo ao debate e acrescentar opiniões, o que enriquece o programa. No exemplo específico do “Redação Sportv”, o foco do programa é um debate acerca dos principais jornais do dia. O apresentador Marcelo Barreto aparece com mais duas ou três pessoas que entendem de esporte e às vezes até mesmo outros apresentadores ou repórteres do canal, quando estão sem entrevistados, e comenta as notícias.

O programa foi criado em 2003 e começou apenas com participação dos espectadores via e-mail, seguindo a linha de participação de outro programa da casa, o “Arena Sportv”. Na época, os e-mails eram selecionados pela produção, depois eram impressos e entregues ao apresentador. Não havia uma relação direta dos internautas na hora do programa, era um processo ainda muito lento de interatividade, afinal não havia uma inserção na hora em que o debate estava ocorrendo no programa, a participação era “fria”.

Marcelo Barreto usou sua experiência de anos na área de informática para conceber uma forma de participação mais efetiva do público. Marcelo teve a percepção de que, além de ser parte integrante do presente das mídias, a web é o futuro dos meios de comunicação. Sendo assim, ele sugeriu a introdução de um laptop no estúdio com acesso a internet e, conseqüentemente, com acesso as participações dos internautas na hora do programa. Barreto passou a ser também um mediador daquilo que os telespectadores escrevem no *chat*³³. A partir do

³² É o espaço institucionalizado pela imprensa para a opinião das pessoas comuns e é em geral uma pesquisa empírica, mas irrelevante, com personagens encontrados aleatoriamente à rua, numa enquête sobre questões que eles nem sempre dominam. (LUIZ COSTA PEREIRA JÚNIOR, 2006, p. 93/94)

³³ Um chat, que em português significa "conversação", ou "bate-papo" usado no Brasil, é um neologismo para designar aplicações de conversação em tempo real. Esta definição inclui programas de IRC, conversação em sítio web ou mensagens instantâneas.

final de 2005, as pessoas podiam participar do programa na hora em que ele ia ao ar. A participação se tornou algo quente, imediato.

O *chat* foi a melhor forma de participação encontrada para corresponder às expectativas do público internauta. Ele funciona como uma sala de bate-papo virtual onde os internautas se “encontram”. Esse ambiente para conversas entre os internautas serviu como uma forma de resolver o problema de frustração das pessoas que não tem as mensagens lidas ao vivo durante o programa e alguns internautas acabam se envolvendo tanto na discussão estabelecida entre eles que nem estão muito preocupados com o programa ou com o próprio apresentador. Segundo Marcelo, um fator que agiliza bastante seu trabalho como moderador é que o *chat* já vem moderado graças a uma parceria interna com a “globo.com”, que é a divisão de internet das organizações Globo. Isso quer dizer que antes de as mensagens aparecerem na tela dos usuários e do apresentador, elas passam por uma filtragem feita por jornalistas da “globo.com”. Na prática essa filtragem evita participações indevidas, como xingamentos e palavrões, que são eliminados antes mesmo de serem postados no *chat*. Mas a moderação é uma prática comum a maioria das listas de comunicação e *chats* da internet.

O apresentador participa do *chat*, mas apenas como convidado. No início ele ainda respondia algumas perguntas dos internautas dentro do próprio *chat*, mas acabou percebendo que isso criava expectativas nos outros participantes e, como é impossível responder a todas as perguntas e tocar o programa no estúdio ao mesmo tempo, acabou abandonando a idéia. Outra mudança foi que no início as mensagens lidas ao vivo eram colocadas grandes em uma tela no fundo do programa e podiam ser lidas pelos entrevistados do dia e também pelo telespectador em casa. Não deu certo, acima de tudo por causa dos erros de português. As mensagens passaram a ser lidas apenas pelo apresentador. Marcelo é responsável também pela segunda filtragem, que é a escolha do que vai ser lido por ele no ar.

Em outros programas da Globo News nem sempre é o apresentador quem fica encarregado de ler e achar as mensagens para comentadas. Muitas vezes fica uma pessoa no estúdio, algum apresentador ou algum repórter do canal, quem fica encarregado de fazer a mediação. Isso porque há uma certa dificuldade de conseguir mediar e participar do debate entre os entrevistados na hora, ler todas as mensagens e selecionar as mais interessantes

Marcelo considera que tecnicamente seu trabalho não foi muito afetado, a internet passou a ser apenas mais um elemento a ser processado dentro de um universo de canais que devem ser

administrados pelo apresentador, como o ponto no ouvido, os entrevistados etc. Já editorialmente foi uma mudança enorme. As pessoas passaram a interferir no programa, afinal, em certa medida, o *feedback* do público é quase imediato. Os telespectadores podem dizer se estão gostando ou não na hora, e o programa pode tomar outro rumo, muitas vezes completamente diferente do que foi pensado originalmente pela equipe editorial.

O que se pode perceber no discurso de Marcelo é que ele, como jornalista, percebe claramente a questão da necessidade de participação das pessoas, de interação, como defende Negroponte (1995). Perceber isso e dar voz às pessoas é uma questão ainda nova dentro da TV, mas, de acordo com o próprio apresentador, é o que vai determinar o futuro da televisão.

Sempre achei que o maior prêmio para o telespectador é mostrar ele no ar. E mais, o que vai determinar o futuro das mídias, o que passa ou não é o que as pessoas vão aceitar e aderir. Quem decide os próximos passos são os telespectadores.³⁴

Outro caso, esse fora do mundo dos esportes, é o programa *Happy Hour* do canal a cabo GNT. A estrutura é um pouco diferente, até porque o programa tem um foco bem diferente da temática. Na verdade, o programa tangencia um jornalismo de comportamento, mas com um nicho bem mais focado no entretenimento. A apresentadora Lorena Calábria está focada nos entrevistados que estão no estúdio. O co-apresentador Frederico Lessa fica em cena em segundo plano com um laptop, através do qual ele tem acesso a internet. As pessoas podem participar ao vivo por telefone e podem mandar vídeos, que, se forem selecionados, vão ao ar, mas basicamente a participação é feita via internet. O conceito editorial programa é ser “um bate papo informal, com vários pontos de vista, inclusive o seu”. Lessa fica responsável por ler e avaliar na hora os comentários feitos no fórum, disponível dentro do site do programa. O endereço do correio eletrônico é divulgado no programa e fica disponível no site.

O co-apresentador acompanha as conversas dos convidados do dia, que discutem algum tema leve de comportamento e vai encaixando algumas participações dos internautas. Quando o programa foi concebido a idéia era que as pessoas ainda pudessem participar via *web cam*, criando uma interface, ainda via internet, mas mais condizente com o nicho televisivo. Não funcionou ainda. Aparentemente, as pessoas, assim como na web 2.0, tem que ter estímulos para participar. A *web cam* demorava para se conectar com o software de colaboração desenvolvido

³⁴ Citação direta da entrevista concedida por Marcelo Barreto no dia 7 de maio de 2008.

pelo programa. A equipe acabou desistindo e restringiu à proposta das participações mais clássicas, via telefone e internet.

Esses são exemplos de programas que usam a interatividade dentro da TV. Nota-se que até aqui, as participações dentro desses programas são facilitadas não só pela herança das facilidades da web 2.0, mas principalmente pela questão dos temas. Muita gente se sente apta a falar de futebol e todo mundo tem capacidade de falar sobre comportamento, até porque é só dar o parecer sobre assuntos que normalmente a pessoa já esteve envolvida, ou seja, falar de experiências pessoais. A questão é que não importa o público alcançado, o que se pode perceber é que cada vez mais se abrem caminhos para as pessoas darem o parecer delas e interagirem entre si.

Todas as comunicações estão sofrendo metamorfoses, que só podem ser entendidas em sua plenitude se forem enxergadas como sendo uma coisa só. A resposta para a adaptação a essas metamorfoses está na exploração dos sentidos humanos, na capacidade cognitiva do homem e as formas que os homens interagem naturalmente, junte tudo isso e lá estará o futuro. (NEGROPONTE *appud* BRAND, 1988, p. 11)

Levando em consideração que Negroponte fez essa afirmação há mais de vinte anos, percebe-se que ele foi um visionário. As mídias tradicionais começaram a entrar em colapso assim que elas deixaram de ser novidade e o ser humano, desfeito do encanto inicial, voltou a ter necessidade de interação. (NEGROPONTE, 1995) Juliana Guerra, jornalista do núcleo de internet da TV Globo admite que a empresa demorou a se dar conta da necessidade de ligação da televisão com a internet, mesmo em comparação a outros países e a experiências bem sucedidas no Brasil. A “globo.com” surgiu muito depois de sites como a “Uol”, o “Terra” e o “Ig” já terem se consolidado como sites de informação. Não só a Internet começou a ser utilizada como uma porta de entrada para a TV, como o conteúdo da TV passou a ser transplantado para a Internet. Usuários passaram a poder ter acesso aos telejornais e aos programas sem necessariamente estar diante de um aparelho de televisão.

A Globo ainda não desenvolve um conteúdo de vídeos específicos para a internet. O que ocorre dentro dos sites da Rede e mais especificamente da Globo News é que o conteúdo televisivo é passado para a internet após uma reformatação do mesmo, como o site da Fox News e da CNN, ambas americanas. Deve-se levar em consideração que ocorre uma necessidade de adaptação de linguagem quando o conteúdo de uma mídia é transferido para outra, isso porque cada uma tem pré-requisitos distintos de apresentação. No caso da TV Globo, todo o conteúdo

exibido nos telejornais está disponível nos sites (vídeo, texto e foto). Cada site tem o seu produtor de conteúdo e a intenção é liberar a edição do telejornal na internet o quanto antes. O conteúdo publicado é praticamente o mesmo que foi ao ar nos programas da TV. Os offs³⁵ ficam no espelho e as matérias são decupadas³⁶. As fotos são cortadas e os vídeos cadastrados no Globo vídeos. Primeiro o conteúdo é cadastrado pelo módulo administrativo. A edição é liberada e o site é atualizado. Cada telejornal tem o seu site, sendo treze no total só na Rede Globo. Na Globo News cada programa tem o seu site e assim como as matérias do “Em cima da hora” são disponibilizadas na internet, todos os programas são disponibilizados em seus sites.

Lev Manovich³⁷ diz que as novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição. Para o autor, enquadram-se em novas mídias a internet, os sites, a multimídia, a realidade virtual e os efeitos especiais gerados por computador. A televisão, mesmo sendo uma mídia tradicional, está usando as estratégias das novas mídias e está usando a tecnologia dos computadores e dos aparelhos convergentes, para aumentar sua capacidade de distribuição e exposição. Novamente citando Negroponte (*appud* BRAND, 1988, p. 19), as mídias de comunicação não estão apenas mudando, eles estão de convergindo, se “simbiotizando”.

Assim como a internet já está disponível na telefonia móvel (as pessoas escutam música em mp3 e as rádios em aparelhos de celulares) num futuro bem próximo o conteúdo da TV vai estar disponível dessa forma também, como a própria Vivo já anuncia, assim como já é possível acessa-lo na internet. Esse conteúdo vai ser adaptado para o telefone móvel, assim como já é adaptado para a web. Aparelhos de televisão menores e portáteis, que já existem, serão popularizados e sintonizarão o sinal da TV digital em qualquer lugar e não apenas na casa das pessoas.³⁸

O tempo doméstico é disputado e a internet vem ganhando terreno nesta disputa. Por isso, a mobilidade vai fazer parte do perfil da TV lhe dando a capacidade de resgatar parcialmente uma audiência que estava sendo perdida porque nem todo mundo tem tempo para chegar em casa e parar para assistir a programação.³⁹ (KOLODZY, 2006) Isso já é uma tentativa das operadoras,

³⁵ Off é o nome dado ao texto de televisão, ou seja é o que os repórteres lêem nas matérias e o que os apresentadores lêem na cabeça.

³⁶ Decupagem é a transcrição literal das matérias.

³⁷ Novas Mídias como tecnologia e idéia: dez definições in O Chip e o Caleidoscópio (LEÃO, 2005, p. 27)

³⁸ Informações retiradas de um palestra com o diretor da Central Globo de Engenharia, Carlos Britto no dia 21/05/08.

³⁹ Idem

como o seriado criado especialmente para os telefones pela Oi, mas as grandes empresas de comunicação da televisão estão evoluindo para o mesmo caminho. Um importante passo já foi tomado, a implantação em 2 de dezembro da TV digital brasileira. Mas o panorama desta implantação é complexo: há os interesses como os das grandes empresas de telefonia.

No próximo capítulo serão exploradas algumas possibilidades da TV digital que se apresenta como interativa. Veremos como a TV digital e a sua interatividade para um jornalismo mais participativo ainda é apenas promessa. A estrutura da TV enquanto aparato tecnológico pode ser comparada a um dinossauro anacrônico em termos tecnológicos e é incompatível com uma real interatividade.

3.3 As possibilidades de interatividade no futuro da televisão

Nesse ponto do trabalho é importante salientar a diferença entre a interatividade que existe hoje dentro da televisão, via computador, e o projeto da TV dentro da era digital, que está começando a ser implantada no Brasil. A transmissão da televisão analógica, que ainda predomina hoje no país, é um exemplo de mídia na qual toda a inteligência está no ponto da origem. O transmissor determina todo o conteúdo e o receptor simplesmente consome o que recebe, bem diferente da arquitetura aberta e multipolar da web 2.0.

De acordo com Negroponte (1995, p.19) a televisão como conhecemos hoje é um dos aparelhos mais simplórios que temos em casa, não só em termos de conteúdo, mas também de tecnologia. O autor afirma que até um forno de microondas tem mais microprocessadores que a TV analógica. Por isso, é natural que em um mundo já tomado pela tecnologia da internet e seu sistema aberto de comunicação, a televisão tome um rumo similar. Afinal, como afirma Stewart Brand (1988, p. 9), uma vez que a tecnologia se desenvolve, se você não segue a corrente, acaba ficando para trás. A TV seguiu a corrente tomando o rumo da nova tendência do mundo digital, ou seja a tendência dos *bits*.

A correção de erros e a compressão do material são as duas razões mais óbvias para a instauração da TV digital. Não existe o “ruído” da TV analógica na transmissão digital e o espaço eletromagnético que ele libera permite que sejam transmitidas muitas informações a mais. As pessoas têm acesso a uma imagem melhor e, usando o mesmo canal, é possível atingir uma

audiência quatro vezes maior, o que significa uma melhor receita publicitária. Quando todas as mídias são digitais, dois resultados imediatos podem ser observados.

O primeiro é que a informação, em forma de *bit*, pode ser rearrumada pelos seus receptores, que podem mixar áudio, imagem e dados. O segundo resultado é que nasce uma nova forma de *bit*, que vai servir como uma etiqueta, uma “cabeça”, que dá um *briefing* do conteúdo do conjunto de *bits* do qual ele faz parte. Dessa forma, esse novo *bit* identifica as informações, para que elas possam ser mais facilmente buscadas em meio a milhares de outras. (NEGROPONTE, 1995) Voltando ao exemplo do *google*, o site basicamente busca essas etiquetas de acordo com palavras-chaves fornecidas pelos internautas. Uma realidade que já é presente na internet, mas que ainda é um embrião dentro da televisão, mesmo em países aonde a TV digital já é uma realidade.

Mas a verdade é que a interface da televisão é quase incompatível com o que o sistema digital tem a oferecer. Em tese a TV Interativa digital traz algumas facilidades do computador para a própria TV, como acesso a Internet, e-commerce, e muitos outros serviços. Mas pela televisão temos apenas o controle remoto, para gerar essa interação. A TV que conhecemos hoje pode até proclamar-se interativa, mas é meramente reativa, pois os telespectadores apenas reagem a estímulos oferecidos pela emissora.

Ainda não há um papel ativo em relação à programação televisiva, diga-se, audiovisual. As pessoas que irão desenvolver aplicativos para TVi serão, na maioria, as mesmas pessoas que antes ou atualmente desenvolveram *softwares* para computadores (PC). Geralmente o desenvolvedor de aplicativos para computador pensa em focar em alguns periféricos comuns no computador (PC) como mouse, teclado, impressora, etc. Desta forma, o desenvolvedor terá que se adaptar a uma visão de ter somente como meio de interação o aparelho de TV e o controle remoto, ou seja, uma questão conceitual da tecnologia da televisão serve como uma espécie de freio, um anacronismo tecnológico, para um passo completo em direção a interatividade de fato, sem a intermediação do computador. Afinal, a partir do momento que forem adicionados periféricos na televisão, ela se descaracterizará como tal.

A quantidade de computadores está crescendo tão rápido, que o futuro de uma arquitetura interativa de fato está restrita aos PCs.(...) Em outras palavras, não haverá espaço para uma indústria de aparelhos de televisão propriamente ditos no futuro. Será basicamente uma indústria de computadores, com displays cheios de memórias e um processador fabuloso. Alguns desses produtos terão telas bem maiores do que outros e poderão ser utilizados mais em conjunto do

que individualmente. Mas na essência, eles serão computadores. (NEGROPONTE, 1995, p.47)

O grande problema é que quando os engenheiros desenvolveram a TV digital, eles não pensaram nela como um computador em termos de conteúdo, apenas em termos de qualidade técnica. Eles simplesmente ignoraram a flexibilidade dos sistemas heterogêneos e da informação organizada em etiquetas. Ao invés disso, eles pensaram em qualidade de resolução e de distribuição. Ou seja, a TV digital tem toda a qualidade dos mundos dos bits, mas os dogmas do mundo analógico, ignorando os princípios do mundo digital, como a arquitetura aberta para permitir maior interação, mantendo assim, o anacronismo. A TV digital tem toda a potencialidade de um computador, mas não é capaz de ter a interatividade de conteúdo do mesmo. Isso tende a mudar de acordo com Negroponte, mas ainda está longe de ser verdade.

Por enquanto a televisão está longe de ser o que o autor chama de *Open System*, que nada mais é que:

um conceito vital, que tem o papel empresarial da nossa economia e desafia os sistemas proprietários e os monopólios e está ganhando o desafio. Num sistema aberto as pessoas competem com a imaginação, não com um cadeado e uma chave. O resultado é um número enorme de companhias de sucesso, uma maior variedade de escolhas para o consumidor e também um setor comercial mais ágil, com maior capacidade de adequação e de crescimento. Um verdadeiro sistema aberto é de domínio público que dispõe de ferramentas que permitam que todos construam conteúdo. (NEGROPONTE, 1995, p. 60)

A televisão digital, por enquanto, apenas abre uma porta para reação da audiência, ainda não existe uma chance de distribuição da produção intelectual, ou seja, de um movimento inteligente a partir dos receptores. Só há de fato interatividade quando os receptores têm a possibilidade de produção de conteúdo e não apenas fazer escolhas entre opções pré-fabricadas. A produção coletiva da web 2.0 não é viável dentro da televisão como dispositivos que conhecemos hoje a não ser via computador mesmo. O que ainda pode ser considerado um grande diferencial dessa tecnologia é o que Negroponte chamou de *My Prime time*. A TV do futuro não precisa ser assistida ao vivo. O prime time vai ser personalizado e o aparelho de televisão vai usar sua capacidade de armazenamento para funcionar como um computador, e vai armazenar as informações para que eu possa ver na hora que me interessar. As etiquetas dos bits serão utilizadas para separar o que você, telespectador, quer assistir ou não, mas para interagir com o conteúdo desses *bits*, aparentemente ainda é cedo.

A verdade é que com exceção dos esportes e coberturas de eleições, a TV será assistida na hora que for mais conveniente à audiência. A informação por demanda vai dominar a vida digital. Nós vamos ser capazes de decidir implícita e explicitamente o que queremos e quando queremos. O que vai fazer com que o mercado publicitário precise ser totalmente repensado.

Mas não vamos entrar aqui no imenso debate que ronda a questão dos problemas com a publicidade. O único debate que pretendemos levantar nesse capítulo foi acerca da questão da televisão digital como sendo um aparelho com futuro promissor para a interatividade. O que vimos é que mesmo que a informação seja consumida por demanda, o sistema ainda não oferece condições de permitir uma real participação do público. O que vemos como futuro próximo restringe a expectativa da interatividade apenas a reações.

4 O CASE “ENTRE ASPAS” E UMA TENTATIVA DE “TV 2.0”

O que esse trabalho tentou fazer até esse ponto foi mostrar a similitude dos aparelhos de TV com os caminhos abertos na linearidade da teoria clássica da comunicação, onde temos o emissor, que passa uma mensagem (em código) para o receptor através de um canal. Para que se possa entender o case do “Entre Aspas” era necessário ter a percepção de que a comunicação clássica ganhou novos elementos e, acima de tudo, ganhou novos canais que permitem que o receptor, até então consumidor em sua essência, possa também ser emissor.

Até então buscamos mostrar um pouco da história da Globo News e como, desde sua criação, o canal sempre teve a intenção de experimentar. Em seguida, expusemos as novas ferramentas disponibilizadas na internet, que foi o primeiro meio de comunicação a fugir dessa teoria clássica da comunicação, e como a nova interface da mídia busca atender as demandas de interação das pessoas. Tudo isso para mostrar que a característica experimental do primeiro canal só de jornalismo brasileiro permitiu que ele fosse até onde era possível na tentativa de trazer interatividade para a televisão. Assim, além de atender essa necessidade humana de interação, o canal está tentando resgatar sua audiência perdida para a própria internet, que oferece informação a cada instante e pode ser acessada mais facilmente do que TV, ainda mais com a convergência para a telefonia móvel.

Mesmo com muita experimentação e muitas conquistas dentro do jornalismo, o fazer jornalístico da Globo News tem suas falhas e perde muito da qualidade possível, comprometida pelo narcisismo dos profissionais e pela estrutura empresarial engessada. Buscamos identificar as reais possibilidades de interatividade na TV digital e assim mostrar que a defasagem da TV, enquanto recurso tecnológico inviabiliza uma real interatividade. Assim chegamos ao interesse maior desta monografia, que é mostrar que, frente ao que há até agora que pode ser considerado como interatividade na televisão, mesmo com a implementação da TV digital, o “Entre Aspas” é o que existe de mais próximo ao conceito e exatamente por isso foi escolhido como objeto de pesquisa.

4.1 Pequenas reviravoltas na concepção de um programa

O “Entre Aspas” foi uma alternativa a concorrência da internet como nova forma de obtenção de informação e ainda a usou como “aliada”. O programa não tem grandes reportagens diferenciadas, nem grandes coberturas factuais, mas colocou no centro do seu formato a interatividade através da web, permitindo que os internautas opinem sobre temas. Aliás, dentro da TV brasileira, é o único caso de jornalismo pensado cem por cento para o formato interativo. As opiniões são colocadas na mesa de discussão do programa como sendo tão importantes quanto a participação da apresentadora e dos entrevistados.

Vamos ver o que pensam os internautas, vamos ver o que pensam os nossos entrevistados. E aí? Você que está em casa, o que você achou? Nem sempre a gente consegue, porque às vezes você deixa transparecer o que você pensa, porque lógico, somos humanos, né? Mas eu acho que essa premissa a gente tenta manter.⁴⁰

A apresentadora da Globo News Maria Beltrão sempre quis ter um *talk show*. Algo como um *Late Show with David Letterman*⁴¹, ou o programa da *Oprah*⁴².

A gente corre atrás de uma sonho enorme e o meu sonho enorme, bem distante da realidade, o meu, era ter um *talk show*. Eu gosto da idéia de me comunicar com pessoas. Da participação com o público, eu gosto de interação, sou muito comunicativa.⁴³

Mas como sempre acontece em televisão, as pessoas chegam com um projeto, e a direção da emissora vem com uma contra proposta, em geral mais adequada às reais possibilidades do canal, que no caso não tinha nem estrutura naquele momento para ter um *talk show* com público. A então diretora executiva do canal, Rosa Magalhães, apresentou sua contraproposta, algo que seria viável a estrutura do canal e permitiria ao mesmo tempo um estreitamento de relação com o público. A base desse contra proposta era um programa com interatividade.

⁴⁰Citação direta de entrevista feita com Maria Beltrão no dia 29/05/2008.

⁴¹ Programa de entrevistas no formato que inspirou o programa do Jô Soares, com celebridades, políticos, economistas etc. O programa tem platéia e banda dentro do estúdio. O programa é da rede TV americana ABC e no Brasil vai ao ar no GNT de segunda a sexta.

⁴² É um dos programas de maior audiência dos Estados Unidos e Oprah é a mulher mais rica e influente do país. Famosa por ter construído seu próprio caminho para a fama, ela é venerada pela sociedade americana. O programa também tem platéia, que sempre é bajulada pela apresentadora. Os convidados são variados, focando em celebridades e em casos meio polêmicos, não tem um tom muito político, mas durante a corrida presidencial a casa branca a apresentadora fez campanha a favor do pré-candidato democrata, Barack Obama, que assim como ela, é negro.

⁴³ Idem ao 29

A interatividade foi a melhor alternativa para conciliar a vontade da apresentadora de ter um programa onde ela pudesse se comunicar com o público de maneira mais direta, mesmo que esse público fosse virtual. O próximo passo foi conceber como seria esse programa interativo. Foi feita uma reunião entre a própria apresentadora, a diretora Rosa Magalhães e a responsável pela internet da globo.com, Carmen Scandiuzzi. O programa foi super estimulado pelo núcleo de internet, que passou a fazer um trabalho em conjunto mais direto com a equipe da TV. A direção do canal fez questão de não perder a melhor faceta da apresentadora, que é a sua capacidade de conexão com o público telespectador. Ao mesmo tempo foi dado um passo para o futuro: a participação cada vez maior da audiência.

Dentro do formato interativo, primeiro se pensou em programa de fim de noite sobre temas leves, que levasse até o público especialistas para comentar assuntos cotidianos variados e o público poderia participar mandando perguntas e comentários via internet. O foco principal era o bate-papo e conversas informais para o final da noite, mas que acrescentassem dados e informações aos assinantes. A equipe era composta de apenas duas pessoas, a apresentadora Maria Beltrão e o editor executivo, Gustavo Gomes, e o programa já causava polêmica entre as cabeças que tinham a responsabilidade de formatá-lo.

Maria Beltrão era a favor de temas leves. Gustavo Gomes reforçou a questão da interatividade, como uma necessidade nova nos programas de televisão. Rosa Magalhães, que nesse momento já havia “adotado” o programa, apoiava a interação do público via internet. Por fim o diretor geral de jornalismo da TV Globo, Carlos Henrique Schroeder, colocou um novo elemento na formatação desse novo programa, os temas teriam que ser temas quentes, factuais.

Mas como falar de temas leves e ao mesmo tempo factuais. Isso seria quase inviável, já que temas leves implicam quase sempre em temas frios. Talvez por isso, o programa tenha tido baixos índices de audiência no começo. A princípio se insistiu na idéia dos temas factuais leves ainda com pouca interatividade do público, que fazia pequenas participações via web, mas o programa não era muito movido por essas participações. A tentativa de fugir das pautas habituais do canal, mais áridas, abriu espaço para discussão em cima de temas como celebridades que adotaram crianças de países subdesenvolvidos⁴⁴, o caso da menina que morreu de anorexia⁴⁵ ou o

⁴⁴ Na época foi o caso da Madonna, que adotou o menino David Banda, do Malaui.

⁴⁵ A modelo Ana Carolina Reston Macan, que morreu aos 21 anos, vítima de complicações provocadas pela anorexia nervosa no dia 14/11/2006.

homem que distribuía abraços na Avenida Paulista.⁴⁶ Mas o resultado se satisfazia a apresentadora, não correspondia tão bem nos fatais números de audiência⁴⁷ e desagradou ao diretor da CGJ, Carlos Henrique Schroder, a diretora da Globo News, Rosa Magalhães e ao editor-chefe do programa.

O programa evoluiu então para muita interatividade. O jornalismo participativo do “*Entre Aspas*” é o grande diferencial do programa e foi o que fez com que ele criasse uma audiência cativa depois dos problemas iniciais. Por mais que a interatividade estivesse presente desde o começo, foi aos poucos que ela foi ganhando o espaço que tem atualmente dentro do programa. A convergência de mídias, não em um mesmo aparelho, mas a convergência entre TV e Internet, ou seja, a possibilidade de participação via internet na TV, fez com que o programa encontrasse um nicho seu dentro de uma audiência sem tempo, ávida por informações rápidas, e que quer participar do processo de produção jornalístico.

A proposta funciona como uma TV 2.0, em uma analogia a Web 2.0. A idéia é que o conteúdo do programa seja ditado pelo público e pela participação desse público, você, audiência, faz o programa, determina a edição, é o *gatekeeper*⁴⁸ do programa. Pela primeira vez, um programa jornalístico, fora a experiência bem sucedida dentro do jornalismo esportivo, abriu uma porta tímida para a entrada da voz de seu público.

Para potencializar a questão da participação, ficou decidido que haveria dois grandes fóruns do “Entre aspas” na internet. O primeiro é o *chat* das sete da noite, no qual Maria Beltrão conversa com o público na internet sobre o que vai ser abordado posteriormente durante o programa. O interessante, de acordo com ela, é que no *chat* das sete da noite participa uma faixa etária mais jovem, totalmente diferente da faixa etária que participa às onze da noite. O primeiro *chat* é um “chama” o público para o programa, onde a apresentadora tem completa liberdade, ou seja, ela lê tudo e responde tudo.

No das sete, as pessoas que conversam comigo, que mandam as mensagens e recebem as respostas com a minha carinha, é um público mais jovem que tá em casa, estudante, e que quer falar comigo. As vezes não tem nenhuma grande opinião sobre o assunto, mas quer falar.

⁴⁶ Em outubro de 2006, o psicólogo e consultor de recursos humanos Ary Itnem Whitacker, 45, saiu pela av. Paulista erguendo uma placa com a mensagem “Dá um abraço”..Paulista de Santos, ele é o representante da CBAC (“Confraria Britânica do Abraço Corporativo”) no Brasil e dizia que as empresas têm que lutar contra o isolamento das pessoas no ambiente corporativo, causado pelas novas tecnologias de comunicação.

⁴⁷ Ver índices de interatividade de dias de abril de 2007 e índice de audiência do “Entre Aspas” no anexo.

⁴⁸ *Gatekeeper* é quem decide ou que vai ou não ao ar, os assuntos que entram em pauta e os que são deixados de lado. O *gatekeeper* é o editor do programa ou telejornal.

Durante o programa, às onze da noite, você já recebe opiniões mais próximas do público, do próprio público que assiste ao programa. No das sete existe um descolamento, muita gente participa da internet, mas não necessariamente é Telespectador do programa, é um pessoal que gosta de internet.⁴⁹

O segundo *chat* ocorre durante a transmissão ao vivo do programa. Quando o programa está no ar é impossível a apresentadora ler todas as mensagens, conversar sobre o assunto com os entrevistados que estão no estúdio e ainda mediar as participações que chegam pela internet, exatamente por isso as opiniões são pré-selecionadas para ela.

Mas agente tá tentando mudar isso. A gente tá tentando fazer uma coisa mais dinâmica que a pessoas visse em casa que de repente eu escolhi um. É difícil por quê? Porque eu estou fazendo uma entrevista com duas pessoas e eu necessito prestar muita atenção no que elas estão falando.⁵⁰

Diferentemente do “Redação Sportv”, que tem três horas de duração, ou do *Happy Hour*, onde existe outra pessoa no estúdio escolhendo as mensagens a serem lidas, o “Entre Aspas” tem apenas meia hora de duração e só a apresentadora no estúdio com seu laptop, o que inviabiliza que ela tenha possibilidade de ler e encaixar as participações enquanto entrevista duas pessoas.

Mas mesmo assim eu acho que a grande desafio é eu tentar ser cada mais dinâmica com meu internauta. Isso é um desafio, mas isso é basicamente isso, Diferentemente de um programa de esporte, onde quase todo homem tem algo a falar, até mulher, a gente trata de assuntos de muitas vezes difícil digestão como carga tributária, célula tronco, então a gente tenta aproximar isso do telespectador, para transformar o assunto de digestão mais difícil em serviço, mas ainda assim é um público mais selecionado, a gente tenta abrir, mas a determinação, por exemplo trânsito todo mundo quer falar, né? Inflação nem todo mundo, entendeu?⁵¹

O conceito é mais ou menos “venha participar dessa comunidade”, valorizando a idéia de participação imediata. Não é apenas informar ao telespectador, a intenção é expor a opinião dos telespectadores na hora em que eles a emitem da sua casa e ainda repercuti-la com especialistas. Por isso, muitas pessoas se preparam para participar durante o programa, não são pessoas só intencionadas a dizer a suas opiniões, são pessoas que querem demonstrar conhecimento para outras pessoas que estão assistindo, para outras pessoas da “comunidade” “Entre Aspas”.

⁴⁹ Idem

⁵⁰ Idem

⁵¹ Idem

No início havia sete convidados fixos e quase todas as transmissões, um desses participantes fixos estava presente além de um especialista no assunto a ser abordado no dia. O público respondeu com baixos índices de audiência, afinal ninguém queria ver uma pessoa que não seja especialista no assunto falando sobre o tema, era quase como uma participação similar a dos internautas. Então esse modelo dos participantes fixos de áreas variadas foi praticamente abandonado.

A tentativa é fazer do programa um pólo de opiniões e explorar o tema pelo lado do internauta/telespectador, mas ao mesmo tempo expor opiniões divergentes. Por isso normalmente os entrevistados têm discursos distintos, ou seja, se o assunto são as cotas nas faculdades públicas, um entrevistado do estúdio será a favor e outro contra, criando a polêmica, acalorando a discussão e conseqüentemente instigando a participação de casa. Já que o programa não tem a seu favor a temática esportiva, onde quase todos se sentem aptos a discursar, ou a temática de comportamento, que permite espaço para cada um relatar sua experiência pessoal, ele oferece uma espécie de instigação para que os espectadores dêem sua opinião, para que falem sobre temas que afetam sua vida. A equipe tenta mostrar como temas políticos, econômicos, internacionais afetam a vida dos espectadores. Como a própria apresentadora disse, eles tentam oferecer um serviço.

Aliás, essa questão foi outra evolução do programa. No início não era bem assim que funcionava.

A gente parou de fazer tese, filosofar e passou justamente por ser uma coisa ao vivo, que quer se aproximar do telespectador, a gente saiu da filosofia e foi para o campo prático. Porque que assunto te interessa, como ele te interessa, você que está em casa? Eu posso falar hoje sobre célula tronco, entrando nos meandros da medicina, ou eu posso chegar e falar assim: ok se for aprovada hoje a pesquisa de células tronco com embriões humanos, como isso pode beneficiar o doente? De que maneira? É serviço. Antes era uma grande discussão às vezes com teses, e isso não resolvia o que o telespectador queria.⁵²

Outra grande mudança foi que antes o programa se distanciava do jornalismo do dia, sendo muitas vezes fechado o programa com vinte e quatro horas de antecedência e essa grande mudança se refletiu na audiência. A intenção em primeiro lugar é transmitir a notícia do dia e destrinchar essa notícia para dar um serviço para o telespectador. A rede aproveitou mais essa experiência bem sucedida da Globo News e abriu um espaço para a participação do público no

⁵² Idem

RJTV primeira edição. Em geral dois especialistas comentam um tema polêmico junto com um repórter que lê as perguntas separadas previamente pela produção do RJTV. Como sempre, a Globo News serviu de cobaia para uma fórmula de sucesso que passou a ser aplicada na Rede.

Depois de algumas mudanças iniciais, o programa se consolidou dentro do canal. A próxima etapa é aumentar ainda mais a participação das pessoas com a vídeo opinião. Os testes ainda estão sendo feitos num piloto. O projeto é que os internautas postem suas mensagens em vídeo, através da *webcam*, na página do “Entre Aspas”, essas mensagens serão pré-selecionadas pela equipe e futuramente pelos próprios internautas, que poderão votar e a mais votada irá ao ar. A participação em vídeo vai começar de uma maneira menos inovadora do que a participação via mensagem. Não será uma participação imediata, não será, como os jornalistas costumam dizer, “quente”, já que a pessoa não estará opinando no meio da discussão entre os especialistas, será algo que ela opinou anteriormente, mas não deixa de ser mais um passo de formiguinha dentro da estrutura da televisão.

4.2 A equipe e a estrutura funcional do “Entre Aspas”

Entender a equipe e a estrutura funcional do programa é fundamental para entender a fórmula do programa. Como tudo em televisão é feito em conjunto, uma equipe bem afinada é a base de um bom trabalho. Após o programa ter sido pensado nas reuniões com a diretora do canal e do núcleo de internet o próximo passo era conceber uma equipe para compor a produção e edição do programa. A então diretora executiva do canal, Rosa Magalhães convidou o editor Gustavo Gomes para ser o editor executivo do programa, formando assim a equipe base do “Entre Aspas”.

Para ser muito sincera eu tinha outra pessoa em mente, eu tinha uma pessoa em mente, mas assim todas as pessoas em televisão são super valorizadas, né? Então eu tinha duas pessoas em mente que não podiam vir porque estavam muito bem aonde estavam, a sorte que o Gustavo, que eu adoro, mas que jamais pensei que eu estaria disponível, tava voltando de uma viagem fora, porque e além de tudo ele é muito amigo meu. E na verdade eu nem cheguei a pensar nele, porque a gente já tava num horário diferente há tanto tempo. Eu tentei pegar pessoas que trabalhavam perto de mim na época, só que os dois estavam chefiando o jornal do em cima hora, não podiam ser mexidos, porque tem isso, né? Você não pega quem quer, você pega quem a direção consegue mexer, na verdade é isso. E a grata surpresa foi que apesar de eu não ter

escolhido o Gustavo, quando me ofereceram e se for o Gustavo, eu disse: PODE!⁵³

Com a formação básica determinada, foi requisitada a ajuda de um estagiário para a produção e a tímida equipe ganhou um terceiro elemento. O programa de estágio da Globo News consiste em um rodízio pelos programas e telejornais. O estagiário pode fazer tanto a parte de produção quanto a de edição. É importante ressaltar que um estagiário da Globo News é um funcionário como outro qualquer, eles produzem matérias como qualquer produtor e editam como qualquer editor. O “Entre Aspas” passou a ser mais uma das áreas de rodízio do programa. Mas não por muito tempo. A segunda estagiária que passou pelo programa, Julia Lemos, estava para se formar e logo em seguida foi contratada como trainee.

A dupla, que até então era fixa, pediu que ela ficasse de vez e o terceiro elemento que seria rotativo, passou a ser permanente com o resto da equipe e a fazer praticamente toda a parte de produção. Qualquer um da equipe sugere os temas, que podem ser levantados por qualquer pessoa do canal também. Qualquer tema tem que passar pelo crivo da direção, que veta muitas pautas que a apresentadora e a equipe gostariam de colocar no programa, como a questão das cotas raciais, que até um debate recente no jornal das dez, no dia 03/05/2008, nunca havia sido abordado antes pelo canal, apenas pela Rede, mas depois disso pode ser mote do programa.

A equipe que pensa e faz a produção do programa consiste então em três pessoas, a apresentadora Maria Beltrão, o editor executivo Gustavo Gomes e a produtora trainee Julia Lemos. Mas durante a transmissão torna-se necessária uma ajuda de peso. Não só a equipe técnica, ou seja, o coordenador, o diretor de corte, o operador de caracteres e o operador de áudio, mas também um reforço de dois jornalistas do núcleo de internet, todos posicionados dentro do *switcher*. Os membros da equipe permanecem em constante comunicação.

A explicação para essa demanda por jornalistas é simples. Como o programa só tem meia hora e os temas não são sempre de fácil digestão, os jornalistas ajudam na triagem das mensagens postadas no *chat*. A estrutura funcional se constitui em três triagens. A primeira é feita por um estagiário da globo.com, que não permite nem que mensagens esdrúxulas ou vulgares sejam postadas no próprio *chat*, o que quer dizer que mensagens inconvenientes não chegam nem a ficar disponíveis para a visualização de outros internautas. Essa parte funciona de forma similar a

⁵³ Idem

triagem feita para o “Redação Sportv”. Essa pessoa que faz a primeira triagem varia muito, por isso não serão citados nomes.

Quando é feita a primeira triagem, a pessoa encarregada já faz sugestões para o responsável pela segunda triagem, que é um jornalista do núcleo de internet da própria TV Globo, não mais da globo.com e, em geral, o responsável é Bernardo Tabaque. A segunda triagem é bem diferente. Já são escolhidas, entre as mensagens dentro do *Chat*, as que têm potencial para serem lidas no ar. Depois de escolhidas elas são editadas, não só em termos de correções ortográficas, mas também são melhoradas partes consideradas desnecessárias para o que está sendo discutido no programa. Não chega a ser uma censura, pois a edição de maneira geral não chega a comprometer a idéia essencial escrita primordialmente.

A televisão entra na sua casa. Então nossa responsabilidade é muito maior. Então eu entendo que haja uma filtragem. Não é uma filtragem, o que a gente procura fazer hoje é diferenciar. A gente tem uma recomendação da TV globo, da alta direção, ao contrário do que muita gente pensa, da imparcialidade. Ai digo como ancora de programa, a recomendação lá de cima é seja imparcial, se tem alguém batendo, você tem que colocar o cara batendo, se tem alguém defendendo, você põe o cara defendendo. Então a gente procura não filtrar idéias, mas sim mensagens que não tem nada a ver com o programa. Mas a gente tem que ter muito em mente que não estamos aqui para censurar idéia e posições, fizemos isso a estamos errado. Então eu acho que a busca pela imparcialidade tem que ser mantida nesse universo da internet.⁵⁴

Ainda há a terceira triagem, a do editor executivo do jornal. O jornalista do núcleo de internet manda por e-mail a mensagem editada e já arrumada para o editor executivo. Ele lê, faz a última aprovação e avisa para a apresentadora no ponto dela que tem uma mensagem nova. As mensagens são escolhidas, principalmente, de acordo com sua pertinência dentro do que a apresentadora e os seus entrevistados no estúdio estão discutindo. A mensagem então é copiada para uma retranca dentro de um programa de edição e texto da TV Globo chamado *Inews*⁵⁵. O programa tem uma formatação especial com letras maiores para que a mensagem possa ser focalizada pela câmera e lida pelos telespectadores em casa.

⁵⁴ Idem

⁵⁵ É um software de computador que permite que as pessoas trabalhem em um sistema de *workflow*, ou seja, todos trabalham juntos. É o mesmo sistema que permitiu que os *scripts* fossem eletrônicos e pudessem ser alterados até minutos antes de uma matéria ir ao ar. O editores têm acesso, ao mesmo tempo em que os editores chefes, que alteram o texto final, podem fechar na página e o coordenador do jornal no *switcher* pode ver o tempo das matérias e calcular o tempo do jornal para ser passado para a programação.

Durante todo esse processo de triagem, a comunicação é constante e fundamental para a escolha e até para a edição das mensagens. O trabalho em equipe precisa de um afinamento enorme, assim como tudo em televisão. Os três responsáveis pela triagem têm que se comunicar bem. A produtora, que fica no switcher em todas as transmissões também dá opiniões e influencia no processo. Ao mesmo tempo, o editor executivo tem que estar em sintonia com o diretor de corte, que é responsável por qual imagem das três câmeras irá ao ar, e com a operadora de caracteres, que coloca o crédito dos entrevistados e o tema que está sendo discutido em uma tarja e, por fim com o coordenador, que diz quanto tempo tem disponível para o programa. Em televisão, tempo definitivamente é dinheiro, e como os programas da Globo News não possuem intervalos comerciais entre blocos, o canal utiliza comercialmente os intervalos entre os programas. No caso do “Entre Aspas”, o programa tem patrocínio específico e precisa cumprir contratos rígidos.

O programa serve para ilustrar bem a questão da interatividade televisiva por explorar o mais imprescindível dentro do sistema funcional de uma televisão, que é o constante trabalho em equipe. Ao mesmo tempo em que a equipe permite a participação da audiência, ela a edita, e se por um lado funciona como uma censura é como é feito o trabalho dos próprios jornalistas. Na web 2.0 as pessoas que produzem conteúdo como jornalistas colaborativos trabalham produzindo um jornalismo utópico, que não existe dentro das grandes redações, ou seja, não existe um jornalista que tenha liberdade para escrever o que quiser.

Em qualquer grande jornal, estação de rádio ou TV, quando um profissional escreve seu texto, ele também vai passar por uma triagem. Para começar, ele não escreve sobre o que quer, ele tem uma pauta, assim como quem manda mensagem no programa tem que seguir o tema do programa. O jornalista escreve e o editor chefe muda, edita, assim como as mensagens que são selecionadas para serem lidas. Por fim, na TV sua matéria pode cair porque o tempo do jornal estourou, ou porque algo mais importante aconteceu. Por isso, o “Entre Aspas” é um bom exemplo de jornalismo participativo, algo como uma TV 2.0 mesmo, já que os internautas participam passando por crivo semelhante ao de um jornalista em uma grande corporação. Ou seja, comparado ao jornalismo colaborativo da Web 2.0, é um embrião, mas em comparação com o jornalismo das grandes empresas, não está muito distante da realidade do trabalho de um profissional da área.

4.3 A produção e a edição

A estrutura de produção é tensa no “Entre Aspas”. A decisão sobre o tema a ser abordado passou a ser tomada no dia que o programa vai ao ar para ser o mais factual e o mais quente possível e assim instigar mais as pessoas que estão em casa, ainda sobre o impacto da notícia recente, a participarem. Isso implica em um trabalho de produção rápido. Por produção leia-se conseguir uma dupla de entrevistados de peso em algumas horas. Antes, quando o tema era escolhido um dia antes, era um pouco mais fácil, até porque permitia que fossem contatados com mais facilidade pessoas que não moram no Rio de Janeiro, onde ficam as instalações da TV globo e da Globo News. Agora essa questão se tornou bem mais delicada.

Uma facilidade para a equipe é que a partir do momento que a decisão de ser o mais factual possível foi tomada, as pautas passaram a ser muito mais fáceis, pois acabam sendo sempre o grande factual do dia. Outra ajuda foi o fato de o programa poder passar a usar o link⁵⁶ com da emissora em São Paulo para entrar com os entrevistados de lá, sem precisar que eles se locomovam até o Rio.

Assim que o tema é escolhido, a apresentadora começa a se preparar. Na verdade ela começa a se preparar de véspera, trabalhando com todas as possibilidades que o programa possa ter como tema. Mas quando o tema é sacramentado, ela passa a estudá-lo com afinco.

É uma loucura, ninguém tem noção. Eu venho de uma carreira em que eu estudei muito, toda hora eu tenho que estudar, estou sempre tensa e se eu não estudar muito o assunto eu fico despreparada e insegura na hora. Não me considero uma pessoa com uma bagagem cultural tão rica a ponto de improviso, não existe, não existe improviso na minha vida, as pessoas acham que eu sou uma pessoa extremamente natural, que improvisa muito, quando na realidade o improviso com estudo longo, seja no carnaval, seja no Oscar, seja no entre aspas. Simplesmente eu procuro estudar tanto a ponto de conseguir passar naturalidade.⁵⁷

Enquanto Maria Beltrão se prepara para apresentar o programa o resto da equipe segue um processo de produção intenso. Conseguir os entrevistados é o primeiro passo. Eles contam com um arquivo da emissora, que fica dentro do *Inews*, ou seja tem acesso liberado a todos, com

⁵⁶ Link é a ligação via satélite com o estúdio da TV em São Paulo, ou seja, o entrevistado se comunica com a apresentadora e participa do programa de lá. A comunicação é feita através de um ponto no ouvido do entrevistado e outros dois pontos no ouvido da apresentadora e do outro entrevistado, que pode estar no Rio de Janeiro, ou em São Paulo também.

⁵⁷ Citação direta de entrevista com a apresentadora Maria Beltrão no dia 29/05/08.

vários nomes e telefones de especialistas de todas as áreas. Assim que ficam acertados os entrevistados, no caso de ter algum em São Paulo, ou até mesmo Brasília, onde também há conexão direta da TV, a produtora negocia os *links* ao vivo com a equipe das praças.

O próximo passo é pensar em algum VT que possa dar suporte ao tema do programa. Normalmente é apenas um VT, já que a base do programa são as entrevistas e, acima de tudo, a participação dos telespectadores via internet. O VT pode ser uma arte com números significativos, conter algumas informações importantes que alavancam a discussão, ou até mesmo uma opinião de alguém sobre o assunto que dê o ponta pé no debate, ou o catalise durante o programa. Essa é a única edição prévia do programa. Afora isso, assim como foi dito pelo também apresentador Marcelo Barreto, a questão editorial segue muito o fluxo da discussão no estúdio e com as participações.

Para Maria Beltrão, a participação da audiência foi fundamental para mudar sua visão do fazer jornalístico. Ela esclarece que seu principal aprendizado veio do fato de muitas vezes o que ela achava que o público de maneira geral pensava não refletia a realidade. Seu discurso reforça a teoria de Bordieu (1997) do narcisismo dos jornalistas, que esquecem que estão fazendo um trabalho para terceiros e não para eles mesmo e, assim, acabam comprometendo seu trabalho.

Mediar foi um grande aprendizado. Nós, jornalistas, de repente entramos tanto dentro da notícia, que nos afastamos do cidadão comum e aí de repente vem umas participações no *chat* das sete da noite que eu falo assim: Olha só, na verdade eles não estão pensando isso, grande parte do público acha que tem que ter, sei lá, pena de morte. E aí você cai na real, que a sua suposição do que a coisa mais importante é errada, você não reflete o senso comum. Então a internet, me ajudou em primeiro lugar, principalmente essa antes do programa “ih olha que é o clima” isso é importantíssimo, você entra no programa já com clima. É isso que você vai passar para o seu entrevistado, isso vai transformar o programa. Porque se eu viesse com as minhas opiniões, ou com a opinião dos especialistas ele ia ser muito mais frio. A participação muda muito o programa. A opinião do telespectador.⁵⁸

A apresentadora reforça que muitas vezes que o público acaba lhe colocando em algumas saias justas, mas ela acredita que aprender a lidar com elas foi apenas mais um elemento de seu trabalho como jornalista. Para Maria Beltrão, saias justas são até positivas, desde que nunca se ultrapassem os limites éticos, ou seja respeitar os telespectadores e também os entrevistados, sem ofender a nenhum dos dois. A TV ainda tem responsabilidade social muito grande aos olhos da

⁵⁸ Idem

população, ainda mais uma TV com a credibilidade da TV Globo e, conseqüentemente, da Globo News. Ou seja, opiniões divergentes são bem vindas, mas qualquer transgressão ética ou moral não será transmitida.

Quanto a questão do futuro, a equipe não se sabe se colocar ao certo. Todos sabem que existe um padrão de televisão e que esse padrão não permite uma interatividade como a da web 2.0, mas ao mesmo tempo padrões existem para serem quebrados e inovados.

Eu me sinto tão despreparada para falar disso, sabe aquela impressão que a minha filha de cinco anos sabe mais do que eu? É essa impressão que eu tenho, eu tenho certeza que tá vindo alguma coisa aí que eu não sei nem dimensionar. Eu acho que vai mudar para uma coisa louca, uma coisa que ainda não estou conseguindo ver. A interatividade está ganhando um potencial enorme, ou seja, a gente tem que pensar antes dos outros como isso vai nos afetar e se aproveitar desse potencial. Então eu acho que muito humildemente, pelo menos o “Entre aspas” conseguiu entrar em um barco de maneira muito tímida, mas é o barco certo, entendeu? É, o que se tem agora a gente tá tentando aproveitar.⁵⁹

⁵⁹ Idem

5 UMA IDÉIA, VÁRIOS “PORÉNS” (CONCLUSÃO)

Concluir um trabalho não é tarefa fácil, mas chegamos ao fim desta monografia com a sensação de que conseguimos, ainda que de forma embrionária, analisar alguns aspectos sobre a interatividade na televisão brasileira.

Depois de fazer uma retrospectiva breve da história do canal de TV à cabo Globo News, de entender as ferramentas que a Web 2.0 deixou de herança, mostrar o que existe como exemplo de interatividade dentro da TV brasileira e as possibilidades que se apresentam no futuro da TV digital, mostramos alguns grandes “poréns” na concepção do programa “Entre Aspas”, o principal mote deste trabalho.

Durante a realização das pesquisas, a idéia inicial da monografia também teve seu porém e foi mudada. Quando primeiro concebemos esse trabalho, a idéia era relativizar a questão da interatividade que temos hoje em dia dentro da TV brasileira. A intenção era fazer uma crítica ao jornalismo colaborativo dentro da televisão comparando com a colaboração na web 2.0. A questão é que após acompanhar o dia a dia de produção e as transmissões do “Entre Aspas” ao vivo foi percebido que dentro da TV, a colaboração foi adaptada a esse nicho e também ao trabalho das pessoas que trabalham em uma grande empresa, no caso a Globo News.

Podemos comparar as etapas de triagem que passam as mensagens dos internautas às etapas que passam o trabalho de um editor dentro da redação que, após fazer seu texto, esse é modificado pelo editor executivo e pelo editor chefe, além de não ir ao ar se o jornal passar do tempo combinado com a programação, que tem contratos publicitários a cumprir. Ou seja, não se podem comparar meios distintos, a internet tem a rugosidade de permitir que os internautas tenham toda a liberdade de customizá-la, tanto que surgiram muito mais nichos de trabalho alternativos para os jornalistas, já que quanto menor o veículo, mais liberdade eles têm.

É a era da pós-informação descrita por Negroponte. Os pequenos e os grandes veículos cresceram, porque as pessoas precisam de informações diferenciadas, mas ao mesmo tempo querem ter acesso às informações comuns a todos também. Por isso a CNN não perde seu público, assim como pequenos sites ganham espaço. Se a internet permite mais liberdade aos profissionais, também permite uma colaboração mais direta de conteúdo das pessoas. Já a TV faz parte do grande nicho, do menos segmentado, por isso dá menos liberdade a seus colaboradores, assim como dá menos liberdade aos seus profissionais.

Em uma TV em âmbito nacional, o trabalho de *gatekeeper* da informação é muito maior. Só é considerado notícia o que tem o mínimo de relevância dentro da realidade nacional. Muitas informações são descartadas e não entram no noticiário. Mesmo se o jornal for local, dentro da realidade televisiva, as notícias que chegam até o telespectador têm uma relevância abrangente em termos do público que tem acesso aquele jornal. Por isso, dentro da realidade de uma televisão, nem toda colaboração é válida, apenas as mais pertinentes, as que agregam valor ao assunto sendo abordado, as mais relevantes em termos de conteúdo para as outras pessoas que assistem ao programa e querem entender melhor sobre determinado tema.

Com isso chegamos a conclusão que a Globo News abriu um espaço real para seu público, um espaço de colaboração compatível com a produção jornalística que cabe a uma televisão. O “Entre Aspas” é, dentro do Brasil, o exemplo mais concreto do que podemos chamar de TV 2.0. O programa não só permite produção de conteúdo por leigos, como chama as pessoas o tempo todo para participar da comunidade “Entre Aspas”. Mesmo com as três triagens, ao fim, as mensagens que vão ao ar agregam tanto valor quanto a participação dos entrevistados e da apresentadora.

Assim como todo o trabalho de triagem que ocorre no trabalho dos profissionais da TV, a colaboração é escolhida se tiver a ver com o tema do programa. Passa por um processo de edição, que não difere do trabalho do jornalista, cuja produção é subordinada a uma hierarquia de produção que altera seu trabalho. Ao mesmo tempo não se pode esquecer que a colaboração iniciada na web 2.0 foi fundamental e deu todas as ferramentas para a TV 2.0, afinal é via web 2.0 que as mensagens chegam até os profissionais de TV que fazem o resto do trabalho seguindo os moldes hierárquicos e editoriais de seu meio.

Portanto a idéia inicial era comparar e mostrar que a colaboração na TV era insípida, mas no decorrer do estudo, ficou claro que a colaboração dentro da TV é compatível com a sua realidade estrutural tecnológica. Como a concepção da Globo News, a web 2.0, a Interatividade na TV via internet e o futuro da interatividade da TV, nem tudo é como se pensa primordialmente. O “Entre Aspas” atingiu de certa forma uma real TV 2.0 com as adaptações necessárias para o esquema colaborativo funcionar como um trabalho profissional dentro de uma grande corporação.

REFERÊNCIAS

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A internet e o novo papel do jornalista**. 2005. Disponível em <http://www.webjornalismo.com>. Acessado em primeiro de abril de 2008.

BIGNELL, Jonathan. Television in everyday life, Fan audiences. In: **A introduction to television studies**, p.289-294. London: Riatledge, 2004.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro, TJ: Jorge Jahar Ed., 1997.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. **We Media**: how audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at The American Press Institute. 2003. Disponível em: www.hypergene.net/wemedia/. Acessado em 18 de abril de 2008.

BRAND, Stewart. **The media lab**: inventing the future at MIT. New York, NY: Penguin Group, 1988.

BRIGGS, Asa; BURKE Peter. **Uma história social da mídia**: De Gutenberg à internet. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2006.

CONDER, Camila. **Jornalismo participativo**: das novas formas de autoria à crise do diploma. Rio de Janeiro, RJ, 2007.

DeCERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

KOŁODZY, Janet. **Convergence Journalism**: Writing and reporting across the news media. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, INC, 2006.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo, SP: Ática, 2006.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis, SC: Insular/UFSC, 2001.

LEÃO, Lúcia. **O chip e o caleidoscópio**: Reflexões sobre novas mídias. São Paulo, SP : Editora SENAC, 2005.

LEVY, Pierre. **Pela ciberdemocracia** in Por uma outra comunicação. p. 367 – 384. Editora Record. Rio de Janeiro, 2005.

MATTELART, Armand. **A Globalização da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2002. 1996

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real**: O Fetiche da velocidade. Rio de Janeiro, RJ: Revan, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. **Being Digital**. New York, NY: Alfred A. Knopf, Inc, 1995.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **Globo News: 10 anos, 24 horas no ar**. São Paulo, SP: Globo, 2002.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

ROCHA, Jorge. **Participatory Journalism: conceitos e práticas informacionais na Internet**. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VALDESTILHAS, André; ALMEIDA, Felipe Afonso de. **A usabilidade no desenvolvimento de aplicações para TV Interativa**. Trabalho apresentado no XVIII Simpósio Brasileiro de computação gráfica – ITA – 2005.

ANEXOS

Ibope

Análise de Audiência - Media Workstation

O Media Workstation é a ferramenta que substitui o Telereport nas análises de audiência de TV, seja Aberta ou por Assinatura. O software contempla várias informações sobre o comportamento dos telespectadores o que possibilita análises detalhadas. O principal diferencial desse sistema em relação ao seu antecessor, ambos desenvolvidos pela empresa portuguesa Markdata, é a flexibilidade oferecida para o levantamento dos dados. Por ser um software mais versátil e moderno, permite que o usuário obtenha análises customizadas de acordo com sua necessidade. Por exemplo, é possível visualizar simultaneamente os dados de audiência domiciliar e individual.

Análise dos Dados

Uma das principais características do software é a possibilidade de elaborar estudos com base em dados de audiência domiciliar e individual além de proporcionar análises com base em programas ou faixas horárias que podem ser divididas em blocos de minutos e horas. Entre as informações que o Media Workstation oferece estão a audiência média das emissoras, o alcance do programa, ou seja, a porcentagem de telespectadores que tiveram contato com determinado evento por pelo menos 1 minuto, a participação de cada emissora sobre o total da audiência, o índice médio do total de aparelhos ligados no período de análise entre outras. A plataforma também permite utilizar filtros para as análises, por exemplo, verificar a audiência de um determinado programa ou emissora em um público-alvo (target) pré-definido. Esse target pode ser definido a partir das variáveis idade, sexo e classe social. É possível também analisar os programas por gêneros, por exemplo, o usuário pode verificar o comportamento da audiência de programas esportivos.

Análise Individual

A análise individual é um módulo que proporciona estudos mais detalhados. Por exemplo, dividir o público em telespectadores light, medium e heavy de acordo com a porcentagem de tempo que assistiram o programa, quais programas têm público exclusivo, conhecer o comportamento das pessoas que assistiram de 15 a 30 minutos determinado evento, entre outros.

Versões Disponíveis

O Media Workstation possui duas versões de software: Media Workstation Standard e Media Workstation Premium.

O **Media Workstation Standard** permite análise a partir de blocos de 15 minutos das variáveis: audiência, alcance, share, total ligados, perfil e GRP.

O **Media Workstation Premium** permite análises minuto a minuto, contempla uma gama maior de variáveis como: tempo médio que as pessoas assistiram determinado evento e a fidelidade aos programas. Oferece ainda, a possibilidade de criação de targets. Os usuários também tem acesso ao módulo de análises mais detalhadas: individuais, análise da concorrência em que é possível verificar a audiência de programas concorrentes com base na grade de programação de uma emissora.

Índice de audiência do Entre Aspas detalhado no mês de abril:

2 capitais = média canal = no MÊS = internet

Audiência 23:00 – 23:30

NO DIA

Reforma ortográfica 11/9 18,18 = 12 = 7,08 = 196 acessos

Renan absolvido 13/9 7,59 = 8,26 = 6,81 = 240
acessos

Trânsito 18/9 8,03 = 5,24 = 7,08 = 87
acessos

Agressão kerlon 20/9 2,37 = 7,03 = 6,81 = 1917
acessos

Tropa de elite 25/9 8,43 = 6,52 = 7,08 = 291
acessos

Voto secreto 27/9 8,14 = 4 = 6,81 = 242
acessos

Interatividade 2/10 13,56 = 4,35 = 7,08 = 99
acessos

Fidelidade partidária 4/10 20,96 = 7 = 6,81 = 300
acessos

Tabela média do mês – todos os programas:

segunda-feira	MUNDO	6,51	* att para mundo s.a contaminado com números
do milênio			
terça-feira	ENTRE	12,51 – 15,11	
quarta-feira	ARQUIVO N	13,07 – 14,05	
quinta-feira	ENTRE	9,76 - 13,16	
sexta-feira	PELO MUNDO	10,49	
sábado	PAINEL	8,83	
domingo	GNEWS ESPECIAL	9,09	

Índices de Interatividade de abril – dias que a transmissão foi assistida para ajudar na elaboração do presente trabalho:

Dia 01/04

Chat 19h

Perguntas: 35

Acessos: 25

Simultâneos: 16

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11811-3362,00.html>

Chat 23h

Perguntas: 78

Acessos: 72

Simultâneos: 30

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11810-3362,00.html>

Dia 03/04

Chat 19h

Perguntas: 50

Acessos: 31

Simultâneos: 21

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11828-3362,00.html>

Chat 23h

Perguntas: 91

Acessos: 65

Simultâneos: 27

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11829-3362,00.html>

10/04

Chat das 19h

Perguntas: 55

Acessos: 21

Simultâneos: 15

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11833-3362,00.html>

Chat das 23h

Perguntas: 44

Acessos: 50

Simultâneos: 16

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11834-3362,00.html>

15/04

Chat das 19h

Perguntas: 41

Acessos: 94

Simultâneos: 38

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11888-3362,00.html>

Chat das 23h

Perguntas: 43

Acessos: 92

Simultâneos: 27

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11889-3362,00.html>

17/04

Chat das 19h

Perguntas: 362

Acessos: 591

Simultâneos: 168

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11902-3362,00.html>

Chat das 23h

Perguntas: 437

Acessos: 507

Simultâneos: 138

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11903-3362,00.html>

27/04

Maria Beltrão:

perguntas: 62

acessos: 40

simultâneos: 16

íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11927-3362,00.html>

Entre Aspas:

perguntas: 91

acessos: 84

simultâneos: 35

íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11928-3362,00.html>

29/04

Chat 19h

Perguntas: 36

Acessos: 12

Simultâneos: 8

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11941-3362,00.html>

Chat 23h

Perguntas:66

Acessos: 50

Simultâneos: 23

Íntegra: <http://videochat.globo.com/GVC/arquivo/0,,GO11942-3362,00.html>

Programas Globo News

Telejornais

- Em cima da hora - cobertura dos principais fatos que acontecem no Brasil e no Mundo. Agilidade na informação, transmissões ao vivo e repercussão das notícias mais importantes com comentaristas e especialistas. São 22 edições diárias, atualizadas a cada hora cheia.

Apresentadores: Ana Paula Couto, Ana Paula Campos, Luciano Cabral, Eduardo Grillo, Leila Sterenberg, Samantha Mendes, Sérgio Aguiar, Guilherme Cardoso, Ana Carolina Raimundi

- Conta Corrente - Em duas edições, analisa as tendências dos mercados brasileiro e internacional e como a economia influencia o dia-a-dia. Traz boletins da Bolsa de São Paulo, e informações da Argentina, Japão, Alemanha e Inglaterra. De 2ª a 6ª, às 13h30 e 20h30. Primeira edição com Sidney Resende. Segunda Edição Com Guto Abranches.
- Jornal das Dez - Noticiário diário com entrevistas, debates, correspondentes internacionais e comentaristas que analisam os principais fatos do Brasil e do Mundo. É o único telejornal brasileiro apresentado de domingo a domingo, com Rio, Brasília, São Paulo e NY. Com Carlos Monforte, André Trigueiro e Mônica Waldvogel
- Via Brasil – Com uma temática mais leve, o Via é uma viagem sobre cultura popular, artesanato, esportes radicais e paisagens de praias, rios, lagos, cachoeiras, mar e montanhas. Reportagens revelam a riqueza do povo brasileiro, e levam nosso Brasil para sua casa. De segunda a sábado, às 19h30. Com Tatiana Nascimento.

Programas Semanais

- Agenda - Renato Cunha apresenta eventos sobre música, teatro, cinema, e exposições em várias partes do país. Não saia de casa sem assistir. Aproveite as dicas, divirta-se! Sextas, às 17h30, e sábados, às 00h30.
- Almanaque - Entrevistas abrangentes sobre os mais variados temas, entre eles artes e espetáculos, saúde e medicina, ecologia e comportamento, moda e decoração, adolescentes e terceira idade. De sábado para domingo, às 00h30.
- Arquivo N - Um trabalho minucioso de pesquisa sobre fatos e pessoas que entraram para a história se transforma em um programa de imagens de arquivo inesquecíveis e emocionantes, revisitadas num roteiro atraente e atual. Toda quarta, às 23h.

- Atividade - Um programa sobre saúde, qualidade de vida e bem-estar. Com a apresentação de Luciana Ávila, a proposta é ajudar o telespectador a viver melhor, dando dicas para uma vida saudável. De quarta para quinta, às 00h30.
- Cidades e Soluções - A busca por soluções para um mundo sustentável. O programa destaca iniciativas que já dão resultado e podem ser aplicadas no Brasil. Com André Trigueiro, domingo, às 21h30.
- “Entre Aspas” - Maria Beltrão e convidados debatem um assunto em pauta no Brasil ou no mundo. Você pode participar, enviando sua opinião. Terças e quintas, às 23h.
- Espaço Aberto – Reportagens sobre o mundo científico, entrevistas com personalidades do esporte e nomes consagrados do mundo literário. Debate de assuntos ligados à economia e à política. De segunda a sexta, às 21h30. Cada dia da semana o programa tem uma temática diferente.
 - Segunda-feira – Espaço Aberto Ciência e Tecnologia
 - Terça-feira – Espaço Aberto Esporte
 - Quarta-feira – Espaço Aberto Literatura
 - QUInta-feira – Espaço Aberto Miriam Leitão
 - Sexta-feira – Espaço Aberto Alexandre Garcia
- Fatos e Versões - Os bastidores da semana política em Brasília analisados e comentados pela jornalista Cristiana Lobo, e sempre um segundo jornalista convidado. Todo sábado, às 20h05.
- Globo News Especial - Programa temático com a contribuição de repórteres de todo o Brasil que mostram características dos costumes e das tradições regionais. Todo domingo, às 23h.
- Globo News Painel - Debate sobre o grande tema da semana, entre os assuntos nacionais e internacionais. Convidados com opiniões e enfoques diferentes num bate-papo informal e de alto nível conduzido pelo jornalista William Waack. Todo sábado, às 23h.
- Milênio - Programa de entrevistas com personalidades internacionais e nacionais que possuem um pensamento inovador e revolucionário sobre temas ligados ao presente e ao futuro da humanidade. De segunda para terça, às 0h30.
- Mundo S.A. - O programa fala sobre o mundo corporativo. Conheça experiências de sucesso, as pessoas que estão fazendo a diferença e empresas inovadoras. O Mundo S/A é

apresentado por Rodrigo Alvarez, de São Francisco, nos Estados Unidos, toda segunda, às 23h.

- Pelo Mundo - Uma agradável viagem pelos recantos do nosso planeta. Curiosidades, comportamento, tradições, turismo, culinária, belezas naturais: um mundo fascinante apresentado em reportagens leves e charmosas. Toda sexta, às 23h.
- Sarau - Chico Pinheiro entrevista grandes nomes da MPB. Todo sábado, às 21h30.
- Sem fronteiras - Um novo enfoque sobre o principal assunto internacional da semana, com reportagens de Sílio Boccanera, Jorge Pontual e Tonico Ferreira e a análise de entrevistados na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil. De quinta para sexta, às 00h30.
- Start - Programa temático sobre o universo da arte e da cultura, com um olhar revelador da verdadeira dimensão das inúmeras expressões artísticas. De terça para quarta, às 00h30. Com Bianca Ramoneda.

Programas Especiais

- A Aventura Brasileira nas Olimpíadas - As histórias, as surpresas por trás de cada medalha, de cada pódio brasileiro. Você vai conhecer em seis programas especiais a aventura dos nossos atletas nas Olimpíadas. No quarto domingo de cada mês, às 23h. Com Leila Sterenberg.
- 1808 – A corte no Brasil - Uma série de 17 programas sobre a vinda da Corte Portuguesa ao Brasil, que está completando 200 anos. Sábado, às 21h05, com Sandra Moreyra e Monica Sanches.
- China além da muralha - Como vive a maior população do planeta? Você vai conhecer as curiosidades deste povo e os preparativos para as Olimpíadas de 2008. Um programa mensal. Domingo, às 23h. Com Ana Paula Campos.
- Os Retornados - Nos 120 anos do fim da escravidão, uma série sobre os retornados brasileiros. São milhares de ex-escravos que voltaram para a África ocidental e, em países

como o Benim, tiveram um papel fundamental no desenvolvimento da região. É o Brasil na África.